

# CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E  
ABRINDO CAMINHOS

JORGE JOSÉ MARTINS RODRIGUES  
MARIA AMÉLIA MARQUES

(Organizadores)

VOL IX



EDITORA  
ARTEMIS

2023

# CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

## INTEGRANDO SABERES E ABRINDO CAMINHOS

JORGE JOSÉ MARTINS RODRIGUES  
MARIA AMÉLIA MARQUES

(Organizadores)

VOL IX



EDITORA  
ARTEMIS

2023



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

<b>Editora Chefe</b>	Prof. <sup>a</sup> Dr. <sup>a</sup> Antonella Carvalho de Oliveira
<b>Editora Executiva</b>	M. <sup>a</sup> Viviane Carvalho Mocellin
<b>Direção de Arte</b>	M. <sup>a</sup> Bruna Bejarano
<b>Diagramação</b>	Elisangela Abreu
<b>Organizadores</b>	Prof. Dr. Jorge José Martins Rodrigues Prof. <sup>a</sup> Dr. <sup>a</sup> Maria Amélia Marques
<b>Imagem da Capa</b>	ciempies
<b>Bibliotecário</b>	Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

#### Conselho Editorial

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”*, Cuba  
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil  
Prof. Dr. Agustín Olmos Cruz, *Universidad Autónoma del Estado de México*, México  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Amanda Ramalho de Freitas Brito, Universidade Federal da Paraíba, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Júlia Viamonte, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal  
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano*, Peru  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Angela Ester Mallmann Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla*, Espanha  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Carmen Pimentel, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa, Portugal  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato*, México  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cláudia Padovesi Fonseca, Universidade de Brasília-DF, Brasil  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil  
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*, Espanha  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Deuzimar Costa Serra, Universidade Estadual do Maranhão, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Dina Maria Martins Ferreira, Universidade Estadual do Ceará, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Edith Luévano-Hipólito, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, México  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal  
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, Universidade de São Paulo (USP), Brasil  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elvira Laura Hernández Carballedo, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México

Prof.ª Dr.ª Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional, Argentina*  
Prof.ª Dr.ª Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca, Espanha*  
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República, Uruguay*  
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara, México*  
Prof. Dr. Fernando Hitt, *Université du Québec à Montréal, Canadá*  
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona, Espanha*  
Prof.ª Dr.ª Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal  
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis, Argentina*  
Prof.ª Dr.ª Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal  
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*  
Prof. Dr. Håkan Karlsson, *University of Gothenburg, Suécia*  
Prof.ª Dr.ª Iara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura, Peru*  
Prof.ª Dr.ª Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío, Chile*  
Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas, Brasil  
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College, Estados Unidos*  
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha, Espanha*  
Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal  
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros, Brasil  
Prof. Dr. Jorge Ernesto Bartolucci, *Universidad Nacional Autónoma de México, México*  
Prof. Dr. José Cortez Godínez, Universidad Autónoma de Baja California, México  
Prof. Dr. Juan Carlos Cancino Díaz, Instituto Politécnico Nacional, México  
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid, Espanha*  
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín, Colômbia*  
Prof. Dr. Juan Manuel Sánchez-Yáñez, *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México*  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil  
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil  
Prof.ª Dr.ª Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo, Brasil  
Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, *Universidad Nacional Autónoma de México, México*  
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*  
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*  
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodríguez, *Universidad Santiago de Compostela, Espanha*  
Prof.ª Dr.ª Márcia de Souza Luz Freitas, Universidade Federal de Itajubá, Brasil  
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil  
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada, Espanha*  
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil  
Prof.ª Dr.ª María Alejandra Arecco, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*  
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I, Espanha*  
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal  
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão, Brasil  
Prof.ª Dr.ª Maria Gracinda Carvalho Teixeira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil



Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana*, Cuba  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ninfa María Rosas-García, Centro de Biotecnología Genómica-Instituto Politécnico Nacional, México  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense, Brasil  
Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia, Brasil  
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará, Brasil  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí, Brasil  
Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí, Brasil  
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Solange Kazumi Sakata, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN)- USP, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Stanislava Kashtanova, *Saint Petersburg State University*, Russia  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal  
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande, Brasil  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil  
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia  
Prof. Dr. Xosé Somoza Medina, *Universidad de León*, Espanha

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

C569 Ciências socialmente aplicáveis [livro eletrônico] : integrando saberes e abrindo caminhos: vol. IX / Organizadores Jorge Rodrigues, Maria Amélia Marques. – Curitiba, PR: Artemis, 2023.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

Edição bilingue

ISBN 978-65-87396-82-8

DOI 10.37572/EdArt\_290523828

1. Ciências sociais aplicadas – Pesquisa – Brasil. 2. Abordagem interdisciplinar do conhecimento. I. Rodrigues, Jorge José Martins. II. Marques, Maria Amélia.

CDD 307

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**



EDITORA  
ARTEMIS

2023

## APRESENTAÇÃO

O nono volume desta colecção segue a lógica dos livros anteriores. Procura apresentar ao leitor uma coletânea de artigos sobre problemáticas que são transversais ao campo das ciências sociais aplicadas.

Sendo discutível, na metodologia seguida na organização dos vários volumes procurou-se privilegiar artigos que abordassem novas tendências e/ou problemáticas transversais relevantes, adotassem metodologias mais holísticas e/ou modelos de investigação aplicada, apresentassem estudos de caso nacionais e/ou internacionais e procurassem ser reflexivos. Nesse contexto, o nono volume está organizado em quatro grandes eixos – Planeamento e informação, Turismo, Saúde e ergonomia, Direito.

Na construção da estrutura de cada eixo procurou-se seguir uma lógica em que cada artigo possa contribuir para uma melhor compreensão do artigo seguinte, gerando-se um fluxo de conhecimento acumulado que se pretende fluido e em espiral crescente.

Assim, o eixo Planeamento e informação, é constituído por um conjunto de quatro artigos. O planeamento dos territórios urbanos influencia a arquitectura das cidades e os seus equipamentos. Assim, o recurso aos sistemas de informação geográficos e cadastrais, enquanto sistemas geradores de informação e conhecimento, poderão ser bons preditores e auxiliares de gestão do risco, quer das cidades quer dos seus equipamentos.

O eixo Turismo junta um conjunto de sete artigos que, em comum, contribuem para otimizar os serviços e melhorar a imagem do turismo e do património cultural. A afectação ágil de recursos às actividades que mais deles necessitam, em cada momento, é um bom indicador de eficiência e de qualidade do serviço prestado. Esta flexibilidade permite redireccionar os diferentes imaginários e expectativas culturais e espaciais dos turistas, nas diferentes épocas do ano.

No eixo Saúde e ergonomia, composto por seis artigos, subjaz que uma política de avaliação de serviços de saúde necessita da medição dos seus efeitos, da comparação com outros indicadores e de incentivos. Este pressuposto contraria a falácia de quanto mais idade se tem mais se sabe sobre sexualidade e reprodução. Os riscos associados a tal ideia induzem à forte necessidade de formação contínua e treino de competências para a prevenção e promoção da saúde, onde se incluem os métodos ergonómicos, por forma a poupar energia.

O eixo Direito é composto por quatro artigos. Os normativos legais, em geral, obedecem a princípios éticos universais. Contudo, ainda há muitas lacunas a superar, nomeadamente quanto aos direitos femininos, com a ganância e a corrupção sempre à espreita.

Com a disponibilização deste livro e seus artigos esperamos que os mesmos gerem inquietude intelectual e curiosidade científica, procurando a satisfação de novas necessidades e descobertas, motor de todas as fontes de inovação.

Jorge Rodrigues, ISCAL/IPL, Portugal  
Maria Amélia Marques, IPS/ESCE, Portugal

## SUMÁRIO

### PLANEAMENTO E INFORMAÇÃO

#### **CAPÍTULO 1..... 1**

IMPACTO EN EL ESPACIO PÚBLICO DE LAS EXTERNALIDADES PROVOCADAS POR LA DENSIFICACIÓN RESIDENCIAL EN ALTURA

M. Eugenia Pallarés Torres

Mirtha Pallarés Torres

Jing Chang Lou

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905238281](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905238281)

#### **CAPÍTULO 2..... 14**

EQUIPAMENTOS: GERADORES DE URBANIDADE E CONSTRUTORES DE CIDADE: UMA ANÁLISE AO PATRIMÓNIO ARQUITETÓNICO DA CIDADE DO PORTO ENTRE 1930 E 2020

Ricardo Martins

Gonçalo Miguel Furtado Cardoso Lopes

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905238282](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905238282)

#### **CAPÍTULO 3..... 34**

CHALLENGES IN BATHING WATERS DROWNING RISK MANAGEMENT – A CASE STUDY IN THE MADEIRA ISLAND

Paulo Falé

André Rodrigues

Carlos Hermenegildo

Johnny Reis

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905238283](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905238283)

#### **CAPÍTULO 4..... 52**

ORGANIZAÇÃO E REPRESENTAÇÃO DO CONHECIMENTO CORPORATIVO

Maurício Barcellos Almeida

Christiano Pereira Pessanha

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905238284](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905238284)

## TURISMO

### **CAPÍTULO 5..... 64**

ADECUADA ASIGNACIÓN DE LOS RECURSOS EN SISTEMAS DE SERVICIO BAJO ENFOQUE LEAN SERVICES: CASO DE ESTUDIO INDUSTRIA DE HOSPITALIDAD

Hernando Garzón Saenz

Andrés Redchuk

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905238285](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905238285)

### **CAPÍTULO 6..... 75**

MEGALITHIC TERM IN INDONESIAN CULTURE PROBLEM AND ALTERNATIVE FOR SOLUTION PROPOSED

Lutfi Yondri

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905238286](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905238286)

### **CAPÍTULO 7 ..... 86**

COORDINANDO INVESTIGACIONES INTERDISCIPLINARIAS: DE IMAGINARIOS A PRÁCTICAS

Mabel Silva

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905238287](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905238287)

### **CAPÍTULO 8..... 97**

SISTEMA FOTOVOLTAICO AISLADO, DISEÑO PARA UTILIZAR EN LA MACROPLAZA DEL MALECÓN VERACRUZ: CONTRIBUCIÓN DE TECNOLÓGIA VERACRUZ, A MICROEMPRESA MÓVIL O FIJA DE ARTESANÍAS

Miguel Ángel Quiroz García

José Luis Fernando Palomeque Loyo

Alma Genoveva Castro Valdés

Cesar Von Putilitz Balderas

Enrique Sánchez Hernández

Angel Miranda Juárez

Reyna Matías Correo

Martha Bibiana Arriaga López

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905238288](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905238288)

**CAPÍTULO 9.....107**

SOME PRELIMINARY NOTES ON TOURISM: AN ANALYSIS TO START THE DIALOGUE

Antonia del Rosario Sánchez Gonzales

Marco Antonio Bazalar Hoces

Víctor Marcelino López Lino

Raúl Eleazar Arias Sánchez

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_2905238289](https://doi.org/10.37572/EdArt_2905238289)

**CAPÍTULO 10..... 116**

LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA Y LAS NUEVAS ORQUESTAS DE TANGO: DE LA TRANSFORMACIÓN DE LA CULTURA A LA CULTURA TRANSFORMADORA

Walter Tejada

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382810](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382810)

**CAPÍTULO 11.....122**

TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL TURISMO EN MÉXICO, 2023

Giuseppe Francisco Falcone Treviño

Zaida Leticia Tinajero Mallozzi

Joel Luis Jiménez Galán

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382811](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382811)

**SAÚDE E ERGONOMIA**

**CAPÍTULO 12.....136**

INDICATORS FOR QUALITY MONITORING IN HEALTH AND PATIENT SAFETY

Cristina Maria Antunes Martins d´Arrábida

Nuno de Almeida Alves

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382812](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382812)

**CAPÍTULO 13.....152**

SEXUALIDAD Y REPRODUCCIÓN, DOMINIO AJENO? PROSPECTIVA DE UN ESTUDIO CON MUJERES MILLENNIALS MEXICANAS

Martha Gálvez Landeros

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382813](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382813)

**CAPÍTULO 14..... 161**

PREVENÇÃO DE RISCOS PSICOSSOCIAIS NO TRABALHO – DO ASSÉDIO E MOBBING À FORMAÇÃO HUMANA, EM VARIÁVEIS COMO STRESS, ANSIEDADE E DEPRESSÃO

Nádia Catarina Lima

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382814](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382814)

**CAPÍTULO 15..... 169**

POSTURAL RISK ASSESSMENT OF OFFICE STAFF IN A PUBLIC UNIVERSITY

Julio César Cano Gutierrez

Alejandra García Becerra

Claudia Camargo Wilson

Jesús Everardo Olguín Tiznado

Juan Andrés López Barrera

Lidia Yolanda Ramírez Ríos

Melissa Ayrem Cázarez Manríquez

Abraham Aranda Avilés

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382815](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382815)

**CAPÍTULO 16..... 180**

CALENTADOR DE AGUA SOLAR DE BAJO COSTO CON CIRCULACIÓN FORZADA AUTÓNOMA

Nicolás Di Lalla

Alejandro Luis Hernández

Andrés Emanuel Diaz

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382816](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382816)

**CAPÍTULO 17..... 193**

IDENTIFICACIÓN DE LA PRESENCIA DE ESTUDIANTES DE GERONTOLOGÍA EN EL DESEMPEÑO DE LA PRÁCTICA PRIVADA

Jaqueline Guadalupe Guerrero Ceh

José Francisco Duarte Méndez

Elías Contreras Cordero

Claudia Beatriz Novelo Berzunza

Ana Mary Noh Delgado

José Luis Canto Ramírez

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382817](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382817)

## DIREITO

### **CAPÍTULO 18.....203**

LA RREVOCABILIDAD DE LA REMISIÓN A PROPOSITO DEL CÓDIGO DE RESPONSABILIDAD PENAL DEL ADOLESCENTE EN EL PERÙ

Alberto Pablo Soto Alfaro

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382818](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382818)

### **CAPÍTULO 19.....214**

GÉNERO Y DERECHO: ANÁLISIS DE LA JURISPRUDENCIA ECUATORIANA EN TORNO AL DERECHO DE LAS MUJERES A UNA VIDA LIBRE DE VIOLENCIA DURANTE EL PERÍODO 1998-2008

Catalina Mendoza Eskola

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382819](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382819)

### **CAPÍTULO 20.....234**

EL CONTEXTO DE VIOLENCIA EN MEXICO Y EL NUEVO MARCO INSTITUCIONAL PROPUESTO POR LA NUEVA ESCUELA MEXICANA, GENERANDO LA CULTURA DE LA PAZ

Jorge Alberto Vidal Urrutia

José Arturo Morales Juárez

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382820](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382820)

### **CAPÍTULO 21.....245**

*THE NAKED OPTION, DELTA BOYS AND BIG MEN: AN ANALYSIS OF CORRUPTION IN THE NIGER DELTA*

Óscar Ortega Montero

 [https://doi.org/10.37572/EdArt\\_29052382821](https://doi.org/10.37572/EdArt_29052382821)

### **SOBRE OS ORGANIZADORES .....256**

### **ÍNDICE REMISSIVO ..... 257**

# CAPÍTULO 11

## TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL TURISMO EN MÉXICO, 2023

Data de submissão: 25/03/2023

Data de aceite: 09/05/2023

### Dr. Giuseppe Francisco Falcone Treviño<sup>1</sup>

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Facultad de Comercio y

Administración Victoria

Ciudad Victoria, Tamaulipas. México

<https://orcid.org/0000-0003-0459-9834>

### M.A. Zaida Leticia Tinajero Mallozzi

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Facultad de Comercio y

Administración Victoria

Ciudad Victoria, Tamaulipas. México

<https://orcid.org/0000-0003-1397-4632>

### Dr. Joel Luis Jiménez Galán

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Facultad de Comercio y

Administración Victoria

Ciudad Victoria, Tamaulipas. México

<https://orcid.org/0000-0001-9490-0824>

**RESUMEN:** Proposición para optimizar los servicios y mejorar la imagen actual del turismo en México. El objetivo será introducir, en aspectos generales, al turismo y el

<sup>1</sup> Autor corresponsal.

patrimonio cultural, sus principales tendencias, las ventajas y beneficios que esta vinculación representa para los territorios, pero también los posibles riesgos y amenazas. Se brindará conceptos generales del turismo cultural, las causas de su surgimiento, sus principales perspectivas. Se profundizará en modalidades específicas del turismo cultural como el turismo urbano, el turismo rural y el turismo en Sitios de Patrimonio Mundial. Se analizará y reflexionará las oportunidades y retos que el turismo cultural supone para un territorio o comunidad. Se realizará una aproximación al modelo de negocio peer to peer (P2P) en el sector turístico. Partiremos con un análisis conceptual que permitirá profundizar en la cuestión, de modo que podremos hacer una revisión del tipo de demanda, del modelo de negocio y de su regulación.

**PALABRAS CLAVE:** Modelo de negocio. P2P. Servicios. Transformación digital. Turismo. México.

### DIGITAL TRANSFORMATION OF TOURISM IN MEXICO 2023

**ABSTRACT:** Proposal to optimize services and improve the current image of tourism in Mexico. The objective will be to introduce tourism and cultural heritage in general aspects, its main trends, the advantages and benefits that this link represents for the territories, but also the possible risks and threats. General concepts of cultural tourism

will be provided, the causes of its emergence, its main perspectives. Specific modalities of cultural tourism such as urban tourism, rural tourism and tourism in World Heritage Sites will be studied in depth. The opportunities and challenges that cultural tourism represents for a territory or community will be analyzed and reflected upon. An approach to the peer to peer (P2P) business model in the tourism sector will be carried out. We will start with a conceptual analysis that will allow us to delve deeper into the issue, so that we can review the type of demand, the business model and its regulation.

**KEYWORDS:** Business model. P2P. Services. Digital transformation. Tourism. Mexico.

## 1 INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades económicas que más ha crecido en el mundo en las últimas décadas. Su peso en el PIB es bastante importante para que los Gobiernos tengan este sector muy en cuenta. Pero no sólo su peso en la economía de los países mueve el interés de los Gobiernos, sino que su desarrollo depende en buena parte de las infraestructuras y servicios públicos, de los cuales son responsables principalmente las Administraciones públicas. Además, el turismo puede ser una excelente herramienta de vertebración social, sobre todo en aquellas comarcas rurales donde la actividad primaria está en retroceso.

Los cambios sufridos en los últimos años, en concreto motivados por la globalización, han sido un motor notable para el crecimiento del turismo, sobre todo por sus consecuencias en la potenciación de las comunicaciones y del transporte de personas y bienes, pero también de información. Como consecuencia tenemos que, tal como pasa con el comercio, la globalización ha limitado el peso de las Administraciones estatales en el turismo, aunque en menor proporción que como ha pasado en otros subsectores económicos. Parece, cada vez más, que el modelo de servicio turístico está muy condicionado por la competencia y los estándares de calidad reconocidos internacionalmente, y por lo tanto eso condiciona también los modelos de turismo que se quieren desarrollar en cada país. Sin embargo, la ordenación turística sigue siendo una responsabilidad y una tarea esencial que siguen asumiendo los Gobiernos, pues la orientación y el éxito de un país como destino turístico depende en buena parte de su planificación estratégica, para la cual hace falta un liderazgo y una capacidad de iniciativa propia de la Administración pública.

En los planes estratégicos de turismo, hay que prever la participación de cada uno de los actores que intervienen en el funcionamiento del turismo en el destino, desde el sector privado, con inversores arriesgados, empresarios ambiciosos y profesionales bien cualificados hasta las diferentes Administraciones: estatal, regional o autonómica y

local, que han de saber dirigir el desarrollo dentro de unos márgenes de sostenibilidad ambiental, social, económica y cultural, y fomentar aquellas inversiones y mejoras del sector que persigan el bien general y favorezcan la creación de riqueza en su zona. El plan tiene que dibujar cada actuación e identificar aquellos recursos y potenciales que hay que aprovechar, con el fin de diferenciar el destino buscando la calidad y la sostenibilidad.

Entre las actividades que pertenecen, en general, a la Administración pública, se encuentra la promoción turística de su destino, aunque últimamente eso está cambiando. Sobre todo en los llamados destino maduros, las entidades responsables de la promoción turística están participadas también por el sector privado, que, evidentemente, es el principal beneficiario de la promoción turística de un destino. Esta cooperación entre los sectores: público y privado es sólo una muestra de lo que, con probabilidad, sea una forma de actuar en los destinos turísticos que cada vez se extienda más.

**Industria turística convencional vs Turismo colaborativo.** El paradigma de la Economía Colaborativa (EC) ha supuesto un cambio cultural y económico en los hábitos de consumo, los ciudadanos no necesitan poseer, quieren disfrutar de los bienes accediendo a su uso. Economía de acceso vs Economía de la Propiedad. Además, destacan los siguientes hitos:

2010 Botsman & Rogers publican *What it's mine it's yours: the rise of collaborative consumption*. 2011 La Revista Times define la EC como una de las 10 ideas que cambiarán el mundo.

2013 Modificación por el Senado de la Ley de Arrendamientos Urbanos. 2017 Airbnb se valoriza en 31,000 millones de dólares.

**Qué está sucediendo:** 1º Debate político y social. 2º Oportunidad Regulatoria Mundial. 3º Necesidad sectorial **Consideraciones previas.** Estamos inmersos en una revolución digital y económica, que ha dado lugar a nuevos modelos de negocio. Los elevados índices de desempleo y la mejora de la tecnología han generado soluciones peer- to-peer: Comunidad + tecnología = solución P2P. Ciudadanos conectados horizontalmente y virales se convierten en prosumers. Eclosiona el modelo P2P al generar esquemas de negocio eficientes promovidos por los mismos usuarios: si no podemos comprar, podemos compartir. Si pero la economía de acceso no entra en el marco regulatorio de la economía de propiedad. Por lo tanto: 1. Crisis económica. 2. Nuevas tendencias en turismo y nuevo consumidor. 3. Nueva economía digital.

## 1.1 ESTADO DE LA SITUACIÓN

- La economía de acceso ha puesto de manifiesto la hiperregulación existente en todos los sectores económicos: La economía de acceso y la economía de propiedad deberán someterse a marcos regulatorios más dinámicos.
- La regulación existente asfixia al B2C y ahoga al P2P: Existen retos normativos en generación de empleo, recaudación de impuestos e impulso empresarial.
- La falta de normas justas a nivel nacional genera conflictos innecesarios: Existen retos en modelos de atracción de nuevas demandas; protegiendo la imagen del destino.
- La falta de normas justas a nivel nacional disfraz de colaborativo a estructuras económicas que no lo son: México como líder en turismo deber liberar el proceso regulatorio en Latinoamérica.

## 1.2 DAFO DE LA SITUACIÓN

**Debilidades:** Desconocimiento del problema. Tensiones sectoriales. Heterogeneidad normativa. Escasa voluntad política. Cortoplacismo regulatorio.

**Amenazas:** Cambios políticos en los destinos, Viajero cada vez más crítico. Incremento de la hipertensión regulatoria sectorial. Intrusismo y competencia desleal. Pérdida de imagen y de competitividad.

**Fortalezas:** Nueva tipología de viajeros. Auge del turismo experiencial. Millennials y Generación Z. Buenas praxis en integración: Be Mate. Mandato de la Ley de Unidad de Mercado.

**Oportunidades:** Nuevo entorno digital propiciado por América. Asunción del problema por las autoridades competentes. Pacto de Estado para ordenar y regular. Regulación internacional en ciernes. Mayor conciencia social. **Oferta reglada.** El sector turístico ha tenido un importante crecimiento en los años previos a la crisis, lo que ha supuesto un incremento de la capacidad alojativa (PwC, 2013). Existe una situación de desequilibrio arrastrada por el sector hotelero desde el boom del turismo debido, fundamentalmente, a la falta de una planificación previa y de la indefinición del modelo hotelero deseado (Figuerola, 2015).

**Oferta no reglada.** Auge de la oferta residencial auspiciada por la necesidad de financiación municipal (Vera Rebollo, 2004). La oferta de plazas en viviendas de alquiler turístico alcanza ya un nivel muy relevante, superando los 2.9 millones al cierre de 2016. Se trata de un volumen de oferta que supera con creces los 2.4 millones de plazas reguladas (EXCELTUR, 2016).

**Cambio de paradigma.** La sociedad es ya digital, atraigamos a los nuevos viajeros 3.0 sociales, hiperconectados/geolocalizados y móviles: SOLOMO. Virilización: la tecnología permite viralizar experiencias y compartir. La experiencia total: alojamiento, transporte, comida, talento, tiempo. Se debe transformar la filosofía del viaje: permitamos a los viajeros la integración total con las comunidades locales. No perder viajeros debe convertirse en una prioridad. Hay que buscar fórmulas de integración de modelos existentes para ser más sostenibles, innovadores y eficientes. La era digital está transformando todos los modelos de negocio.

**El consumidor. Sus necesidades, expectativas y comportamiento.** Los millennials nacidos entre 1981 y 1995 han generado un cambio cultural global a través de la tecnología. En 2025 serán el grueso de la fuerza laboral mundial. Tampoco hay que perder de vista a la Generación Z con mayor conciencia ética y social. Los millennials son los más preparados de la historia, acceden a la mejor tecnología y se encuentran sin trabajo: Si no me dan un empleo, me creo el mío propio. Eclosiona el modelo P2P al generar esquemas de negocio eficientes promovidos por los mismos usuarios: Si no podemos comprar, podemos compartir.

**Conciencia digital y fisiónomía del viajero.** Cuando el consumer además crea producto aparece el prosumer. Éste crea el producto que va a consumir. El prosumer es un consumidor activo, que utiliza Internet para informarse, elegir aquellos servicios que le satisfacen y consulta opiniones de otros viajeros (Tapscott, 1995). Turista 3.0 viaja motivado por el hecho de compartir sus experiencias, utilizar las redes sociales para interactuar con otros viajeros, destinos y población local, tiene poder y es consciente de ello (Minube, 2013).

**Búsqueda de experiencias.** Los usuarios buscan, cada vez más, experiencias novedosas, genuinas, originales, únicas, exclusivas y, mucho más autóctonas (ITH, 2013). Es imprescindible poner en marcha iniciativas que impulsen la demanda turística desde la experiencia más auténtica, para generar una oferta de valor diferenciada (PNIT, 2012).

**Seguridad y garantías en la experiencia P2P.** Una de las preocupaciones que ha promovido el generar legislación específica para regular el P2P, ha sido la necesidad de proteger a los consumidores para que disfruten de servicios de calidad y se regule la oferta contratada (Fernández, 2014). Empresas, personas y gobiernos, están llamados a colaborar para profundizar en la satisfacción de las nuevas necesidades a través de la innovación (Gallardo, 2014).

**Nuevo comportamiento.** Este viajero se comporta, en definitiva, de la siguiente manera:

1. Busca la transparencia en los datos, precios, valoraciones, entre otros.
2. Participa, interacciona y comunica a través del modelo P2P.
3. Exige la sencillez en la búsqueda y procesos simples de compra.
4. Necesita rapidez e inmediatez en la obtención de información.
5. Comparte con otros usuarios toda la experiencia del viaje.
6. Y conecta con los locales.

**Cifras y expectativas.** El cambio de paradigma en la mentalidad de la sociedad del siglo XXI y más concretamente, de los millennials, hace referencia a una nueva forma de entender la propiedad o, mejor dicho, a un desinterés por la posesión frente a un auge del sharing (compartir). El éxito del P2P parte del ofrecer a los usuarios oportunidades de integración total con la comunidad local, con los anfitriones y, en definitiva, con un estilo de vida particular de cada lugar visitado.

## 2 DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO

**Modelo de negocio.** El consumo colaborativo es un elemento social disruptivo que ha supuesto una transformación radical en los hábitos de consumo. Compartir no es nuevo, pero el auge de las TIC lo ha llevado a una nueva dimensión (Cañiguera, 2013). En la Economía de la Propiedad, al propietario se le identifica por lo que tiene: su tierra, su casa, su coche, etc. En la economía de las ideas y de la web 2.0, uno es lo que comparte (Leadbetter, 2009). Algunas de las acepciones más asentadas referidas a este término, proceden de autores anglosajones: collaborative consumption (Botsman y Rogers, 2010), the mesh (Gansky, 2010), comercial sharing Systems (Lamberton y Rose, 2012) o product-service Systems (Mont, 2002). Las experiencias – aunque sean de alquiler o prestadas – generan el bienestar, y no la posesión de los productos. Los mercados, por tanto, pueden cambiar desde una lógica de capitalismo puro (fabricar productos para intercambiar), a una lógica donde el intercambio está subsumido a la asociación entre pares (Bauwens, 2012). Comparar precios, consultar opiniones sobre destinos, alojamiento, consejos sobre actividades, etc. son las acciones que han consolidado una comunidad viajera que ha encontrado la forma de satisfacer sus propias necesidades (evolución tecnológica). El turismo P2P es consecuencia del proceso de evolución tecnológica del par y aparece cuando el viajero da el siguiente paso y, se pone en contacto directo con un residente en el destino que quiere visitar.

## 2.1 FACTORES

1. Cada producto o servicio que se comparte, le interesa al menos a un 10% de la población por lo que, potencial de crecimiento inmenso.
2. Las nuevas plataformas del P2P están creciendo al ritmo de las online más consolidadas como eBay.
3. La mitad de los usuarios de Internet son millennials por lo que hay un gran potencial de crecimiento.
4. Estos comparten, no por razones económicas, sino porque lo ven como algo normal en su vida.
5. El ecosistema digital de plataformas cada vez es más confiable.
6. El P2P implica convertir a millones de personas en empresarios.
7. Se ha creado un mercado de cosas muy diversas, del long tail y además, no monetizables: taladradoras, espacios de parking, bicis, trípodes, lugares para mascotas, etc.
8. Cuenta con un fuerte componente social: la autenticidad de la experiencia local y la ética del negocio; vinculación directa al concepto de RSC.
9. En el caso del P2P en el sector del alojamiento turístico aumenta la capacidad alojativa sin nuevas construcciones. Por tanto, posee un claro valor medioambiental.
10. Se fundamenta en la recomendación.
11. USP del P2P: precio, servicio, usabilidad web, contacto/comunidad, economía social.
12. El P2P ha revolucionado el modelo industrial. Ahora cualquiera puede ser comprador y vendedor.

## 2.2 ALCANCE EN TURISMO

- El turismo es una actividad económica muy sensible a los cambios y a las nuevas tendencias.
- El viajero del siglo XXI es un consumidor SOLOMO.
- Las actividades turísticas según los datos del ONTSI, son las que mayor presencia tienen en el comercio electrónico (12%).
- Las empresas P2P, como plataformas digitales han sido pioneras en genera herramientas que facilitan el proceso de la conversión.

## 2.3 MODELOS DIGITALES

**Modelos de intermediación.** Los brokers son creadores de mercado; aglutinan a compradores y vendedores y facilitan las transacciones.

**Modelos publicitarios.** Es una extensión de los medios tradicionales. El emisor, en este caso una página web. **Modelos infomediarios.** Se basan en datos sobre clientes y sus hábitos de compra. Son muy útiles especialmente cuando esta información se analiza cuidadosamente y se usa para enfocar campañas de marketing.

**Modelos comerciales.** Se trata, básicamente de una tienda virtual al por mayor o al por menor de bienes o servicios. **Modelos de venta directa.** La web permite a los productores contactar directamente a los clientes y se reduce el canal de distribución.

**Modelos de afiliación.** Los usuarios pagan una suscripción por acceder a la página web.

## 2.4 TOPOGRAFÍA DEL MODELO

**Modelo comunidad.** Fundamentalmente con fines sociales, con la propia sociedad como beneficiaria y trabajando en torno a un modelo de innovación social. Ejemplo Blablacar.

**Modelo plataforma.** El modelo gira en torno a plataformas de gestión y relación y suele tener un objetivo económico, sobre todo por parte del gestor de la plataforma, utilizando un modelo de innovación centrado en el modelo de negocio. Ejemplo Airbnb.

**Modelos de negocio transaccionales de intermediación.** Resultan muy atractivos para las empresas P2P, ya que se basan en una comisión de las ventas realizadas. La mayoría se basa en el cobro de comisiones al propietario del bien transaccionando, que difunden a través de sus webs como Marketplace y que oscilan entre el 6% y el 15% del precio. **Tipos de P2P en turismo.** Se identifican, principalmente, las siguientes categorías: Carpooling. Homesharing. Experiencias en destino. Eatsharing. Destinos EC.

- **Transporte:** Compartir coche. Prestar coche. Compartir plaza de aparcamiento.
- **Alojamiento:** Alquiler de vivienda. Alquiler de sofá. Alquiler de habitación.
- **Guías:** Compartir tours y guías. Guías online.
- **Hostelería:** Compartir opiniones. Compartir una comida.

**Legislación en el P2P en el turismo.** Algunos de los diferentes fenómenos colaborativos de las plataformas P2P, no tienen de hecho, nada del compartir y es

que, en la mayoría de los casos, se trata fundamentalmente, de alquileres de corta duración de bienes y servicios, ejemplo Airbnb (Bostman y Rogers, 2010). Por ello, al estar contemplando transacciones, deben someterse a un marco regulatorio. La intencionalidad de la acción es fundamental al hablar de sharing economy versus sharing. La intencionalidad se invoca aquí para diferenciar cuando libremente y sin compensación se comparte información: escribir en un blog, responder en un foro, publicar fotos o videos, escribir en Facebook, etc.

**Situación actual.** La CE ha definido a las plataformas P2P como un intermediario digital. Ser un intermediario digital, lo sitúa en el régimen de aplicación de la Directiva sobre el comercio electrónico. Esto supone quedar excluido de la responsabilidad por los conflictos que surjan con respecto a los servicios y bienes que transaccionan, entre sí, los usuarios de la plataforma. Salvo que se demuestre que son prestadores de un servicio y no menos intermediarios por lo tanto, no neutrales. La responsabilidad por lo tanto dependerá de su neutralidad. No son neutrales sí: 1. Fijan precios. 2. Condiciones de contratación. 3. Si poseen activos. Como la definición de neutralidad es, a veces compleja, la CE además aboga por la interpretación case-by-case de cada intermediario/prestador. Por lo que, se percibe un escenario caracterizado por la inseguridad jurídica para algunas empresas y usuarios del entorno colaborativo.

**Propuesta.** Necesidad imperiosa de abordar esta cuestión desde una regulación homogénea en todo el territorio nacional, que garantice el máximo respecto a la Ley de Unidad de Mercado, que preserve la imagen del destino y la seguridad del turista y, la competencia en igualdad de condiciones para todos los subsectores y, de esta manera consolide a México como un destino turístico competitivo y seguro:

1. Definir el canal y el modelo de negocio.
2. Regular la seguridad del turista.
3. Regular la información.
4. Regular la calidad de la oferta.
5. Limitar los impactos negativos en la población local.
6. Proteger los derechos de los trabajadores.
7. Definir la responsabilidad de las plataformas.

### 3 RECOMENDACIONES

1. Mejorar la coordinación y consensos entre todos los stakeholders.
2. Una misma denominación de los conceptos ajustado a la realidad de la actividad y homogénea.

3. Establecimiento de criterios que aporten seguridad jurídica a los propietarios, a los inquilinos, a los consumidores, a los vecinos y a las distintas administraciones.
4. Armonización: asegurar que los trámites administrativos sean similares en las distintas CC.AA. y en los distintos Ayuntamientos y de cumplimiento sencillo para los propietarios.
5. Singularización: reconocer las peculiaridades y diferencias de los servicios que ofrece el P2P.
6. Asegurar una oferta variada para el turista, que no limite sus opciones vacacionales y permita maximizar los ingresos directos e indirectos para el comercio y la economía.
7. Garantizar reglas de juego justas y equilibradas. Nivelar el terreno de juego.
8. Facilitar la convivencia social.
9. Generar modelos integradores, sostenibles y viables que mejoren el nivel de gasto y en todo caso, adaptados a la naturaleza específica de los destinos.
10. Garantizar el control del cumplimiento de la ley.

## 4 COMENTARIOS FINALES

### 4.1 CONCLUSIONES

1. **Economía del conocimiento y sus efectos en el sector turístico.** La economía del conocimiento está transformando todas las industrias tradicionales y por supuesto también el turismo, si tenemos en cuenta los factores productivos tradicionales de tierra, dinero y mano de obra en estos momentos con la economía del conocimiento se está añadiendo un cuarto factor que es el conocimiento, es un factor que además es de por sí inagotable así como el dinero se agota, en la tierra también es finita y además tiene sus implicaciones en términos de sostenibilidad, la mano de obra si no se agota tiene rendimientos decrecientes, el conocimiento entendido como la experiencia, la información, una nueva forma de hacer las cosas, siempre puede salir una tecnología, siempre puedes hacer que cambie la forma de hacer las cosas, con lo cual es un factor que de alguna forma es infinito o inagotable.
2. **Cambios provocados por las TIC en la cadena de valor.** Si bien todos los eslabones de la cadena de valor están afectados de una u otra forma por la irrupción disruptiva de las TIC, sin duda donde más disruptión se

ha producido, es la intermediación, una sencilla app ha puesto en jaque hoy en día a sectores que llevaban años sin moverse, podemos decir que el turismo ha experimentado en estos últimos como tres olas diferentes de impacto de avances tecnológicos que han producido cambios en su forma de manifestares, diría que el primero que el origen de todo esto son las líneas aéreas de bajo costo, las low cost, que ya antes del 2000 ya empiezan a revolucionar el sector del transporte pero es la utilización inteligente de Internet la que hace diferencia estas líneas aéreas del resto, las que le permiten que en una situación de oligopolio del sector de las líneas aéreas competir eficientemente y ser unos jugadores importantes dentro del mercado de fundamentalmente de corto plazo de corta distancia perdón a las líneas aéreas y sin duda el protagonista fue Ryanair y hubo un momento incluso que no quería que protestó, denunció que Kayak incorporará sus vuelos dentro de su oferta, quería esa relación directa con el cliente, quería que el cliente entrara su web, obtener esos datos del cliente directamente del Big data que todas estas empresas digitales permiten de alguna forma, es una de las ventajas que permite obtener, el siguiente desarrollo o el siguiente avance tecnológico aplicado también a la intermediación fue el surgimiento de la zota de booking, tripadvisor, destinia e incluso google y todos sólo google buscando en viajes y todos los agregadores turísticos pero sin duda a partir del 2010 es otro nuevo modelo de comercialización en el que se deriva de la pitchup y de la economía colaborativa de directamente enfrentarnos el cliente con la empresa turística, ese reto ha hecho que surja un nuevo operador, un operador grande con un tamaño gigante en todo el mercado mundial, con una capitalización bursátil brutal y de alguna forma tiene hoy una posición dominante.

- 3. Equilibrio entre sostenibilidad y el turismo de masas.** Si seguimos poniendo el foco en las TIC y tenemos que ponerlo, estas nuevas webs de alojamiento turístico, tenemos que darnos cuenta que consiguen incrementar la ocupación sin crecer en número de viviendas construidas sin crecer en construcción, con lo cual es también una forma de al mismo tiempo que ayudan por un lado como somos conscientes a que ayudan a la masificación de los destinos, por otro lado también están desarrollando ese concepto de la reutilización del uso de los edificios o de las viviendas ya construidas precisamente donde venimos de un boom inmobiliario importante donde tenemos un importante parque de inmobiliario sin ocupar o infrutilizados que de alguna manera sí

fomentamos la utilización de estas viviendas, podríamos estar incrementando aquellas zonas con un alto número de viviendas de uso residencial, de segundas viviendas, podríamos estar incrementando quizá la población de una zona en un 20 o en un 30% solas sin necesidad de utilizar más recursos como son finitos, como ya hemos hablado como el territorio u otros.

- 4. El turista digital.** Bueno, sin duda los jóvenes, de los jóvenes tenemos que darnos cuenta que los hasta 29 años o así ocupan o suponen ya el casi un 25% de los flujos turísticos mundiales y en 5 años pues serán cerca de 300 millones de turistas jóvenes que se informan a través de Facebook e Instagram, que basan sus decisiones de compra turística en canales de comercialización ajenos a la industria turística y son las pautas de consumo de estos millennials, se basan en un consumo, en una información acerca del destino antes de viajar, en una comunicación diferente con el destino durante el viaje, en un feedback con las empresas y con el destino, también después del viaje, son turistas hiper informados, turistas multicanal, turistas impacientes, que funcionan, que están acostumbrados a funcionar a golpe de clic y que todo esto lo hacen posible en un entorno de aplicaciones y recursos, que utilizan aplicaciones y recursos que forman este subsector nuevo de lo que podríamos llamar las travel tech que al mismo también nos están dando una oportunidad o suponen una oportunidad para el empleo y para el desarrollo de nuevas empresas y una oportunidad también que necesita nuevos modelos de formación, que necesita formación en lo que llaman las digital clic en lo que son habilidades digitales que también utilizando la tecnología y gracias a la educación a la carta que pueden dar los MOOC a la educación personalizada, podemos también aprovechar de una forma más plena todas estas oportunidades de empleo que nos están provocando las herramientas TIC que utilizan los millennials o utiliza el nuevo turista; qué es el nuevo turista, es un poco el eslabón último que cierra este círculo de innovación que estamos definiendo y las TIC son las herramientas que le permiten que se manifieste estas ganas de autenticidad y otra relación con el destino que de la que han demostrado tener ganas.
- 5. Transformación digital del sector turístico.** En México el turismo debe liderar este cambio de modelo económico que todos estamos convencidos que tenemos que hacer México sea número uno en competitividad turística a nivel mundial según los dos últimos informes vía anuales del World Economic

Forum y esta posición de liderazgo mundial tenemos el reto de sostenerla en el medio largo plazo y esto depende sin duda de nuestra capacidad de innovar, de nuestra capacidad de incorporar conocimiento de nuestra imagen y solamente de esta manera seremos capaces de competir o de mantener en el largo plazo este liderazgo y de incrementar la productividad que se necesita para poder competir en este entorno mundial y esto solamente lo podemos conseguir apostando por el talento y apostando por el conocimiento.

## REFERENCIAS

Capacitate para el empleo. "Turismo," *Fundación Carlos Slim* (en línea), 2021, consultada por Internet el 21 de junio del 2021. Dirección de Internet: [https://capacitateparaempleo.org/pages.php?r=index&filter\\_areaID=20](https://capacitateparaempleo.org/pages.php?r=index&filter_areaID=20)

Figuerola, M. "P2P en el sector turístico," *MIRÍADAX\_* (en línea), 2021, consultada por Internet el 21 de junio del 2021. Dirección de Internet: <https://miriadax.net/web/p2p-en-el-sector-turistico-2-edicion/inicio>

González, F. y Miralbell, O. "Guía de gestión pública del turismo," *UOC* (en línea), 2021, consultada por Internet el 21 de junio del 2021. Dirección de Internet: [https://aprende.org/pages.php?r=portada\\_course\\_view&programID=educacion\\_superior&courseID=1935](https://aprende.org/pages.php?r=portada_course_view&programID=educacion_superior&courseID=1935)

Huete, R. "Investigación Social del Turismo," *OpenCourseWare UA* (en línea), 2013, consultada por Internet el 21 de junio de 2021. Dirección de Internet: <https://ocw.ua.es/es/ciencias-sociales-y-juridicas/investigacion-social-del-turismo-2013.html>

Moreno, L. "Cambios en la oferta turística: de Airbnb a la masificación de los destinos," *UniMOOC* (en línea), 2021, consultada el 21 de junio del 2021. Dirección de Internet: <https://unimooc.com/curso-turismo-airbnb/>

Nicolau, J. "Marketing turístico," *OpenCourseWare UA* (en línea), 2011, consultada por Internet el 21 de junio de 2021. Dirección de Internet: <https://ocw.ua.es/es/ciencias-sociales-y-juridicas/marketing-turistico-2011.html>

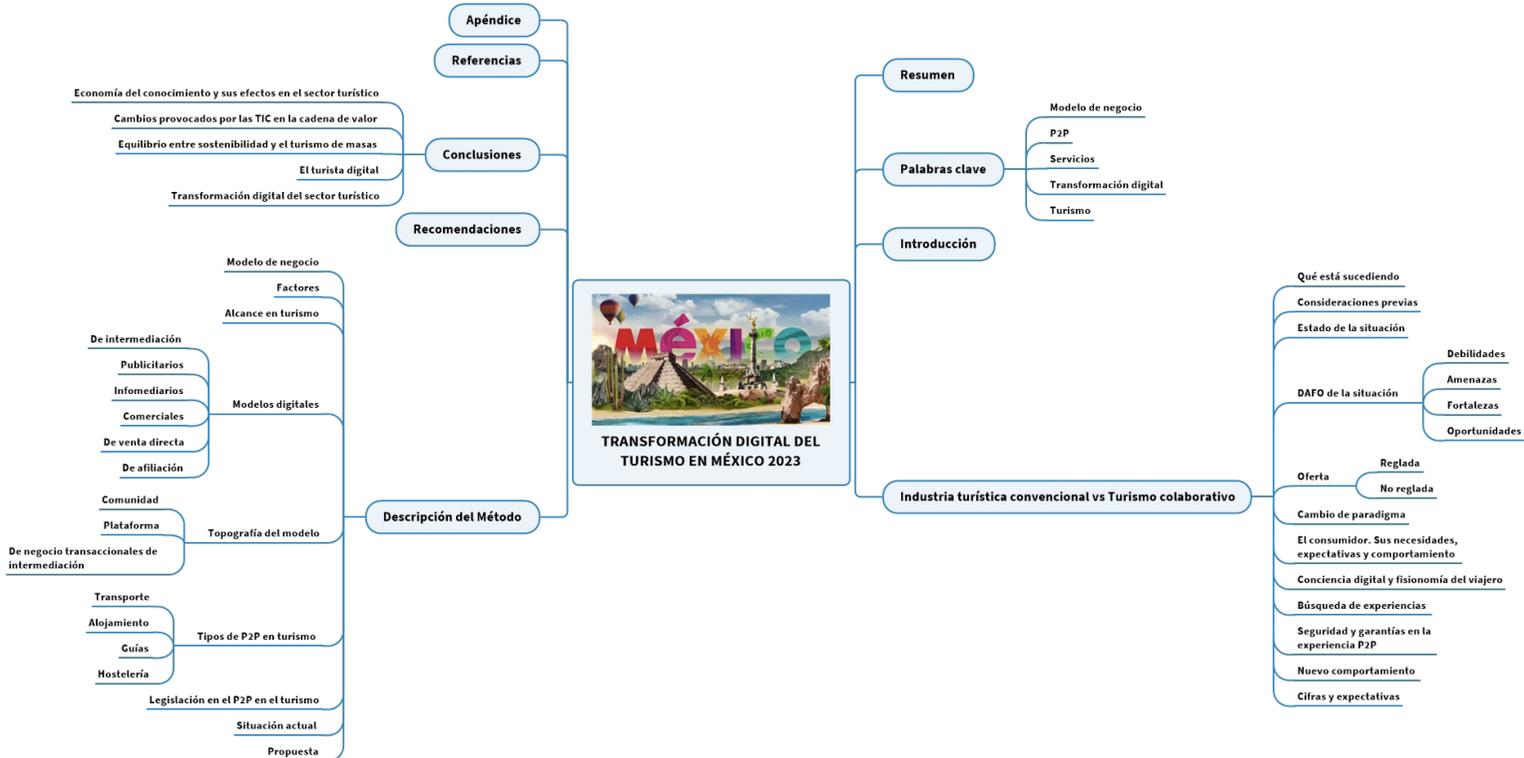
Ramón, A. "Economía del conocimiento y el sector turístico," *UniMOOC* (en línea), 2021, consultada el 21 de junio del 2021. Dirección de Internet: <https://unimooc.com/curso-economia-sector-turistico/>

Toselli, C. "Oportunidades y retos del turismo cultural," *MIRÍADAX\_* (en línea), 2021, consultada el 21 de junio del 2021. Dirección de Internet: <https://miriadax.net/web/oportunidades-y-retos-del-turismo-cultural-consulta/inicio>

## APÉNDICE

En la presentación se muestra la investigación. Ver vídeo: [Transformación Digital para Optimizar los Servicios y Mejorar la Imagen Actual del Turismo en México - YouTube](#).

Figura 1. TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL TURISMO EN MÉXICO 2023.



Fuente: elaboración propia con datos de Falcone (2023).

## SOBRE OS ORGANIZADORES

**Jorge Rodrigues** é economista. Licenciado, mestre e doutor em Gestão (ISCTE-IUL), com Agregação (UEuropeia). Mestre e pós-doutorado em Sociologia – ramo sociologia económica das organizações (FCSH NOVA). Professor coordenador com agregação no ISCAL – *Lisbon Accounting and Business School* / Instituto Politécnico de Lisboa, Portugal. Exerceu funções de direção em gestão (planeamento, marketing, comercial, finanças) no setor privado, público e cooperativo. Contabilista certificado. É investigador integrado no Instituto Jurídico Portucalense. Ensina e publica nas áreas de empresa familiar e família empresária, estratégia e finanças empresariais, gestão global, governabilidade organizacional, marketing, planeamento e controlo de gestão, responsabilidade social e ética das organizações.

<https://orcid.org/0000-0001-7904-0061>

**Maria Amélia Marques**, Doutora em Sociologia Económica das Organizações (ISEG/ULisboa), Mestre em Sistemas sócio-organizacionais da atividade económica - Sociologia da Empresa (ISEG/ULisboa), Licenciada (FPCE/UCoimbra), Professora Coordenadora no Departamento de Comportamento Organizacional e Gestão de Recursos Humanos (DCOGRH) da Escola Superior de Ciências Empresariais, do Instituto Politécnico de Setúbal (IPS/ESCE), Portugal. Membro efetivo do CICE/IPS – Centro Interdisciplinar em Ciências Empresariais da ESCE/IPS. Membro e Chairman (desde 2019 da ISO-TC260 HRM Portugal. Tem várias publicações sobre a problemática da gestão de recursos humanos, a conciliação da vida pessoal, familiar e profissional, os novos modelos de organização do trabalho, as motivações e expectativas dos estudantes Erasmus e a configuração e dinâmica das empresas familiares. Pertence a vários grupos de trabalho nas suas áreas de interesses.

<https://orcid.org/0000-0002-7196-3838>

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Ansiedade 161, 162, 163, 164, 165, 166

Anthropocene 245, 254

Asignación de recursos 7, 64, 70, 71

### B

Bathing waters 34, 35, 36, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 50

Bioética 194

### C

Calentador de agua solar 180, 181, 182, 183, 184, 191

Calentamiento global 97

Cidade 14, 15, 17, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33

Constitución 92, 214, 215, 216, 217, 221, 228, 229, 230, 231, 233, 240

Coordinando 86, 87, 92, 95, 96

Corporações 52, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61

Corriente Directa CD 97

Corruption 245, 246, 247, 248, 251, 252, 253

Covid -19 64, 65, 66, 72, 71, 73

Cuidador formal 194

Culture 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 108, 234, 235, 247, 254, 255

### D

Densificación residencial 1, 2, 4, 5, 7, 12

Depressão 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167

Derechos de las mujeres 214, 215, 216, 229, 230, 231, 232, 233

Desenvolvimento urbano 14, 15, 16, 18, 21, 23, 25, 27, 33

### E

Economía social 116, 117, 118, 119, 121, 128

Economic disparity 245

Economy 107, 114, 130, 138, 247

Energía solar 98, 100, 106, 181, 182, 192

Equipamento 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33

Ergonomics 170, 172, 178

Escola 51, 120, 158, 206, 210, 226, 234, 235, 236, 237, 239, 241, 242, 243, 244

Espacio público 1, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 120, 209, 217, 232

Estudiante de gerontología 194

Expression 75, 76, 81, 83, 113

Externalidades urbanas 1

## F

Formação 15, 19, 161, 163, 164, 165, 166, 167, 168

Formación continua 194, 201

## G

Género 118, 152, 155, 156, 159, 160, 162, 165, 167, 196, 214, 215, 216, 217, 220, 221, 222, 224, 227, 229, 230, 231, 232, 233

Geographic Information Systems 34, 41

Gestão da informação e do conhecimento 52, 53

## H

Harassment 161, 162, 164, 165, 168

History 76, 79, 107, 113, 177

## I

Imaginos 86, 87, 88, 89, 94, 117, 155

Indicators 112, 115, 136, 137, 138, 139, 140, 149, 150

Indonesian 75, 76, 77, 79, 83, 84

Industria de la hospitalidad 64, 66, 67, 71

Instituciones 65, 95, 152, 157, 158, 159, 196, 199, 205, 207, 208, 209, 210, 234, 235, 237, 239, 240

Integración sociolaboral 116, 117

Interpretación judicial 214, 231

Investigaciones interdisciplinarias 86, 87, 96

## L

Lean Services 64, 65, 67, 74

## M

Megalithic 75, 76, 77, 78, 79, 80, 82, 83, 84

Mercantilism 107

México 95, 96, 101, 103, 115, 122, 123, 125, 130, 133, 134, 135, 152, 160, 169, 170, 193, 196, 202, 234, 235, 236, 239, 240, 241, 243, 244

Mobbing 161, 162, 163, 164, 165, 167, 168

Modelo de negocio 122, 127, 129, 130

Musculoskeletal disorders 169, 170, 177, 178

Músicos autogestionados 117

## N

Nueva 5, 6, 73, 74, 127, 131, 215, 217, 221, 231, 234, 235, 236, 239, 243, 244

## O

Offices 170, 171

Ontologia 52, 53, 54, 56, 58, 59, 61

Orquestas de tango 116, 117, 118

## P

P2P 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 134

Patient Safety 136, 137, 138

Patriarcado 152, 158

Políticas 6, 12, 73, 114, 116, 120, 121, 125, 136, 137, 154, 158, 159, 160, 161, 163, 165, 166, 198, 212, 214, 216, 217, 228, 229, 231, 232, 234, 235, 237, 240, 244

Postural stress 170

Práticas 86, 87, 88, 89, 92, 93, 94, 119, 152, 154, 156, 157, 195, 197, 215, 216

Progresividad 203, 211, 212

## Q

Quality in Health 136, 138, 139

## R

Radiación 97, 101, 104, 105, 183, 184, 188, 190

Relação 14, 15, 16, 18, 19, 21, 23, 25, 28, 29, 30, 55, 57, 58, 88, 162, 163

Remisión 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212

Resistance 141, 148, 245, 248

Revocabilidade 203

Riscos Psicossociais 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168

Risk management 34, 35, 36, 41, 43, 49, 50

Risk of drowning 34, 36, 41

## S

Secretaries 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177

Sentencia 214, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 226, 227, 228

Servicios 2, 7, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 73, 74, 108, 119, 122, 123, 126, 129, 130, 131, 134, 195, 197, 210

Servucción 64, 65, 73

Sexualidad 152, 153, 154, 156, 160, 227

Sistemas de informação 52, 53, 54, 59, 61

Solar 12, 97, 98, 100, 101, 103, 104, 106, 180, 181, 182, 183, 184, 186, 188, 189, 190, 191, 192, 212, 213

Stress 161, 162, 163, 164, 165, 167, 168, 170

## T

Term 75, 76, 83, 251

Trabalho 18, 19, 53, 60, 61, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168

Transformación digital 122, 133, 134, 135

Transnational corporations 245

Turismo 64, 66, 73, 74, 86, 107, 110, 111, 113, 114, 115, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 129, 131, 132, 133, 134, 135

## V

Verticalización residencial 1, 6, 7

Violencia 156, 160, 162, 214, 215, 216, 217, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 237, 238, 239, 240, 243, 244

Violencia de género 214, 216, 220, 221, 222, 224, 227, 229, 230, 232, 233

## W

West 37, 45, 78, 80, 107, 248