

EDITORIAL

El Consejo Editorial de la Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época presenta el volumen 2 de 2024 que, además de las secciones habituales, Tribuna y Reseñas bibliográficas, recoge la Sección Especial “Marketing Experiencial en Turismo. Nuevos Retos y Tendencias”, a cargo de los editores invitados Ana María Campón-Cerro, Elide Di-Clemente y José Manuel Hernández-Mogollón, de la Universidad de Extremadura (España)..

SECCIÓN ESPECIAL

MARKETING EXPERIENCIAL EN TURISMO. NUEVOS RETOS Y TENDENCIAS

Ana María Campón-Cerro

Elide Di-Clemente

José Manuel Hernández-Mogollón

Universidad de Extremadura

En las últimas décadas, el auge de las teorías de la economía de la experiencia ha incidido de forma sustancial sobre el funcionamiento de diferentes sectores, creando un nuevo contexto competitivo caracterizado por grandes cambios en los consumidores y en la oferta. En este contexto, el marketing de las experiencias se define como la respuesta a la necesidad de las organizaciones modernas de buscar nuevas estrategias para conquistar las preferencias de los consumidores.

La actividad turística no es ajena a esta revolución experiencial. Este número especial sobre Marketing Experiencial en Turismo ha permitido explorar esta nueva transformación en la industria turística a 360°. Las aportaciones de los autores que han respondido a la llamada de artículos y que han pasado por un riguroso proceso de revisión ciega por pares, ha arrojado luz sobre las nuevas tendencias experienciales en turismo desde múltiples perspectivas, como son la oferta, la demanda, las nuevas tecnologías y las instituciones educativas.

La visión del cliente ha sido abordada desde un enfoque experiencial en el contexto hotelero, termal y gastronómico. Las reflexiones de los autores acerca de la temática experiencial han puesto de manifiesto también el auge de nuevas tipologías turísticas como el turismo regenerativo o el turismo *slow*, que encuentran en el contexto experiencial un escenario perfecto de desarrollo. Desde el punto de vista de la oferta turística ha aflorado la importancia de analizar la perspectiva de los proveedores de servicios sobre la formación de experiencias turísticas memorables como estrategia clave para la sostenibilidad de los destinos. La gastronomía, a su vez, se plantea como uno de los principales aliados de la transacción experiencial de los destinos, por su tendencia a involucrar al consumidor de forma directa y sensorial. Asimismo, destaca la necesidad de vincular el desarrollo de un sistema turístico experiencial a la identidad local de los destinos, expresada a través de la narrativa que la propia comunidad local puede elaborar con una finalidad no-turística y, por lo tanto, más auténtica y favorecedora de la experiencialidad.

Finalmente, ha destacado también, en las contribuciones recibidas, la importancia de una mayor integración de la experiencialidad en los planes de estudio universitarios en turismo,

para mantener la correcta correspondencia entre los programas educativos y las tendencias del sector.

Gracias a esta variedad de perspectivas y contribuciones se ha dado forma a la edición de un número especial fructífero y con capacidad para aportar una importante información a la línea de trabajo y de investigación sobre el marketing experiencial en el turismo y con implicaciones sumamente valiosas para el sector.

Por lo tanto, como editores de esta sección especial, agradecemos la implicación de todos los autores que han enviado sus resultados de investigación, de los revisores que con sus sugerencias han contribuido a la calidad de este número, y de las editoras de la revista y todo el equipo editorial por su compromiso con esta edición.

SECCIÓN TRIBUNA

La sección Tribuna comienza con el artículo titulado “*Análisis bibliométrico de las fuentes alternativas de financiación del emprendimiento*”, cuyos autores son Javier Manso Laso, Ismael Moya Clemente y Gabriela Ribes Giner, de la Universidad Politécnica de Valencia. En este trabajo se profundiza en la investigación sobre fuentes alternativas de financiación que soportan el apoyo financiero externo que requiere el establecimiento de una empresa. Todo ello, a través de un análisis bibliométrico de documentos publicados en la base de datos Web of Science hasta 2022. Los resultados señalan que el número de investigaciones sobre esta temática ha crecido desde el final de la última crisis financiera, encabezando Estados Unidos el ranking de países con mayor la producción científica.

“*Análisis combinado de factores del fracaso empresarial en el sector turístico español*”, es el trabajo que publican las autoras Cristina Mendaña-Cuervo, Nieves Remo-Diez y Marta Toral-Heredia, de la Universidad de León. El artículo analiza las quiebras financieras del sector turístico español en 2022, tras el impacto del Covid-19. Mediante un análisis comparativo cualitativo de conjuntos difusos (fsQCA) basado en datos SABI, se revela que varias combinaciones de atributos financieros, como alto endeudamiento y bajos niveles de rentabilidad, actividad y solvencia, conducen al fracaso empresarial. Además, se observa un efecto sustitución entre bajo nivel de rotación y baja liquidez, según el tamaño de las entidades. Identificar estos ratios financieros es crucial para la economía española y los directivos del sector.

La tercera aportación en la sección Tribuna se titula “*Intención emprendedora social: un análisis bibliométrico*”, cuya autoría es de Edurne Zubiria-Ferriols, Maria Teresa Martínez Fernández y Mercedes Segarra Ciprés, de la Universitat Jaume I. El documento aborda el estudio de las intenciones de emprendimiento social, a través un análisis de rendimiento y de mapas científicos de los artículos publicados sobre esta temática en Web of Science y Scopus, entre 2011 y 2023. Los resultados confirman el creciente interés de las revistas en el área de Ciencias Sociales por la publicación de trabajos sobre esta temática, con China y Estados Unidos como principales países contribuyentes, y destacan la recurrencia del contexto educativo con la Teoría del Comportamiento Planificado y el Modelo de Mair y Noboa como enfoques prevalentes, así como la relevancia de variables personales y preocupaciones sociales como la Covid-19 y la sostenibilidad.

RESEÑAS BIBLIOGRÁFICAS

El número finaliza con la reseña que ofrece Nuria Rodríguez-Martín, de la Universidad Complutense de Madrid, del libro titulado “*The Age of Global Economic Crisis (1929-2022)*”, cuyos editores coordinadores son Juan Manuel Matés-Barco y María Vázquez-Fariñas, publicado por Routledge en 2023.

María Gutiérrez Salcedo,
Ana María Campón-Cerro, Elide Di-Clemente
y José Manuel Hernández-Mogollón