

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1 Geografía económica .....	6
1.1. El rol de los sistemas de producción e intercambio en el nacimiento de las ciudades .....	7
1.2. Las telecomunicaciones y la tendencia a la concentración .....	8
1.3. El flujo constante de ideas y su relación con la localización empresarial .....	8
1.4. Aspectos críticos de los modelos teóricos para explicar la dimensión geográfica de la economía .....	9
1.5. Ventajas de economías externas de Marshall: el caso de la ciudad vinícola de Mendoza .....	10
1.6. Diferencias entre el distrito industrial y el clúster .....	11
1.7. La necesidad de una métrica para los distritos industriales .....	12
1.8. El clúster como una fuente no permanente de riqueza .....	14
1.9. El síndrome holandés .....	15
1.10. El fenómeno de la gentrificación: el caso de Barcelona .....	16
1.11. Patrones de consumo de la economía del conocimiento en las decisiones de producción .....	17
1.12. Patrones de comportamiento de las personas inactivas y su influencia en el territorio .....	18
1.13. Modelos organizativos de producción de las empresas globales .....	19
1.14. La evolución del concepto de innovación .....	20
1.15. La propensión a los entornos innovadores .....	21
1.16. Ejemplo de capacidad innovadora según el <i>Regional Inn. Scoreboard</i> .....	22
CAPÍTULO 2 Movilidad y logística .....	24
2.1. Introducción al plan logístico .....	25
2.2. Tipología de proveedores .....	25
2.3. Criterios para elegir proveedores: el caso de un restaurante de Km. 0 .....	26
2.4. La multifuncionalidad de los <i>stocks</i> .....	31
2.5. Distribución física y comercial en el sector turístico .....	32
2.6. Factores decisivos para utilizar un medio para el transporte de productos .....	33
2.7. El sistema <i>poka yoke</i> .....	34
2.8. El autoservicio: decisiones estructurales e infraestructurales .....	35
2.9. El autoservicio: sistema <i>Pull</i> y la modularidad en un restaurante .....	37

2.10. Elementos del <i>Lean Facturing</i> en el autoservicio: el caso de un coche de alquiler .....	39
2.11. Indicadores básicos para evaluar el autoservicio .....	40
2.12. Técnicas principales para ahorrar costes en el autoservicio .....	41
2.13. Fases del proceso de integración de la cadena logística .....	42
2.14. Fases de integración: caso de estudio Iberia y Renfe .....	42
2.15. Tipologías de plataformas logísticas aplicables al sector turístico .....	44
2.16. Paralelismos entre los ICOTERMS y los códigos de los billetes en la industria turística .....	45
2.17. El rol de Booking.com en la cadena de valor del <i>e-logistics</i> .....	46
2.18. Principales diferencias entre el <i>e-fulfillment</i> y <i>e-procurement</i> .....	47
2.19. La logística inversa en la industria turística.....	48
2.20. Herramientas que permiten un uso más eficiente de las habitaciones de un hotel: el caso del <i>Channel Manager</i> .....	49
2.21. Un hotel pequeño como una empresa red .....	50
2.22. Los desafíos de un hotel en la gestión de reservas a través de su web .....	53
2.23. La implementación del sello Q de calidad en el hotel .....	54
2.24. Ejemplos de medidas de Responsabilidad Social Corporativa de un hotel relativas al entorno.....	55
2.25. Paliar el efecto del transporte en el futuro sostenible: No disociación del transporte, el turismo y la sostenibilidad .....	57
2.26. Los modelos de Campbell y Thurot enfocados a los viajeros .....	58
2.27. La propensión para viajar y la frecuencia de viaje: la inestabilidad y la incidencia en el turismo .....	60
2.28. La principal deficiencia de los modelos gravitatorios .....	62
2.29. Transporte y sostenibilidad .....	63
2.30. Objetivos de las políticas de gestión de flujos turísticos: caso cala Macarella (Menorca) .....	64
2.31. Análisis de flujos turísticos desde una interpretación cualitativa: caso playa de Macarella (Menorca) .....	66
2.32. El modelo de Lundgren: clasificación de un destino (Macarella y Menorca) .....	68
2.33. El modelo de Porter: caso Fitbit .....	69
2.34. Cadena de valor de Porter: caso Forocoche.....	73
BIBLIOGRAFÍA .....	79