

Índice General

	<i><u>Página</u></i>
AGRADECIMIENTOS	15
CAPÍTULO 1	
INTRODUCCIÓN	
ANTONIO JUAN BRIONES PEÑALVER, OLGA RODRÍGUEZ ARNALDO	17
1.1. Concepto de Responsabilidad Social	18
1.2. Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa ...	20
1.2.1. <i>Dimensión organizativa y económica</i>	21
1.2.2. <i>Dimensión ambiental</i>	23
1.3. Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa	23
1.4. Sostenibilidad para el desarrollo económico en el siglo XXI	25
1.5. Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa	27
1.6. Principios de la Responsabilidad Social Corporativa	28
1.7. Beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa	29
CAPÍTULO 2	
METODOLOGÍA	
ANTONIO JUAN BRIONES PEÑALVER.	33
2.1. Contexto de la investigación	33

CAPÍTULO 3

ESTUDIO EMPÍRICO

ANTONIO JUAN BRIONES PEÑALVER (COORD.), JUAN GABRIEL CEGARRA NAVARRO, EVA MARTÍNEZ CARO, LAURA MARTÍNEZ CARO, AURORA MARTÍNEZ MARTÍNEZ, OLGA RODRÍGUEZ ARNALDO, EVA TOMASETI SOLANO	37
3.1. Introducción	38
3.2. Muestra	39
3.3. Resultados	44
3.3.1. <i>Desempeño de la RSC</i>	44
3.3.1.1. Análisis de resultados	48
3.3.1.2. Acciones de mejora.....	50
3.3.2. <i>Gestión medioambiental</i>	51
3.3.2.1. Análisis de resultados	54
3.3.2.2. Acciones de mejora.....	57
3.3.3. <i>Orientación al aprendizaje medioambiental</i>	58
3.3.3.1. Análisis de resultados	60
3.3.3.2. Acciones de mejora.....	60
3.3.4. <i>Amplitud y profundidad del conocimiento</i>	63
3.3.4.1. Amplitud en RSC	63
3.3.4.2. Profundidad en RSC.....	64
3.3.4.3. Análisis de resultados	65
3.3.4.4. Acciones de mejora.....	66
3.3.5. <i>Empoderamiento sostenible</i>	67
3.3.5.1. Empoderamiento del emprendedor en el contexto de la RSC	67
3.3.5.2. Empoderamiento ambiental del emprendedor.....	69
3.3.5.3. Empoderamiento femenino en el ámbito empresarial	71

	<u>Página</u>
3.3.5.4. Análisis de resultados	74
3.3.5.5. Acciones de mejora.....	78
3.3.6. <i>Innovación responsable</i>	80
3.3.6.1. Análisis de resultados	83
3.3.6.2. Acciones de mejora.....	85
3.3.7. <i>Estrategia digital</i>	86
3.3.7.1. Análisis de resultados	89
3.3.7.2. Acciones de mejora.....	91
3.3.8. <i>Difusión de las actividades de RSC</i>	92
3.3.8.1. Análisis de resultados	93
3.3.8.2. Acciones de mejora.....	94
3.4. Conclusiones	96
3.5. Bibliografía	100

CAPÍTULO 4

CASO DE ESTUDIO: EL TURISMO DE CRUCEROS.

EVOLUCIÓN Y RETOS DE SOSTENIBILIDAD QUE

ENFRENTA. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

ANTONIO GARCÍA SÁNCHEZ, JOSEP MARIA ESPINET RIUS, ANTONIO DAVID PEDREÑO PALAZÓN	115
--	-----

4.1. La industria de cruceros en el mundo	116
4.2. La industria de cruceros en España	119
4.2.1. <i>Datos globales</i>	119
4.2.2. <i>Datos por puertos</i>	120
4.3. Evolución del turismo de cruceros en Cartagena	122
4.4. La RSC y la sostenibilidad al rescate del turismo de cruce- ros	124
4.5. Conclusiones	126
4.6. Bibliografía	128

CAPÍTULO 5

**CASO DE ESTUDIO DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA:
DIAGNÓSTICO DE LA ALIANZA POR EL TURISMO EN LA
REGIÓN DE MURCIA**

ANTONIO JUAN BRIONES PEÑALVER, M. ^a CARMEN AYALA LOVA, OLGA RODRÍGUEZ ARNALDO	131
5.1. Introducción	131
5.2. Marco conceptual	132
5.3. Presentación del caso de estudio	134
5.3.1. <i>Objetivos</i>	135
5.3.2. <i>Colaboración AXTRM y UPCT</i>	137
5.4. Implementación cualitativa del estudio del caso	138
5.5. Resultados y puntos críticos del diagnóstico	141
5.5.1. <i>Análisis DAFO</i>	141
5.5.2. <i>Retos del Ecosistema de Innovación y Cooperación en Sostenibilidad Turística.</i>	143
5.5.3. <i>Medidas Estratégicas</i>	144
5.5.4. <i>Actividades.</i>	146
5.6. Conclusiones	147
5.7. Bibliografía	150

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES FINALES	153
-----------------------------------	------------

ANEXO

CUESTIONARIO	157
---------------------------	------------