



EL FUTURO DEL TURISMO EN ANDALUCÍA

José A. López y Serafín Cruces Montes
(Directores)

2023, 372 páginas

Andalucía ha sido históricamente uno de los destinos por excelencia a nivel internacional, desempeñando un papel fundamental en la economía y en la sociedad de esta región. Debido a la pandemia de la COVID-19, la forma en la que las personas viajan y se relacionan con los destinos turísticos, ha sufrido cambios considerables. En la actualidad, el turista es exigente a la hora de elegir destino, teniendo en cuenta la seguridad sanitaria, el compromiso con el medio ambiente y la digitalización del mismo.

A tal efecto, en “El futuro del turismo en Andalucía”, José A. López Sánchez y Serafín Cruces Montes, se centran en el desarrollo del turismo andaluz abordando diversas esferas de análisis en los destinos turísticos, planteando nuevas posibilidades y productos, y haciendo frente a los retos adyacentes, todo ello desde un enfoque multidisciplinario. Promover un nuevo modelo turístico más competitivo, menos contaminante, más inclusivo y, por ende, más productivo, llevando por bandera la sostenibilidad, la accesibilidad y la innovación tecnológica, posicionando a Andalucía como líder mundial en determinados nichos de mercado.

Los autores han dividido el libro en siete capítulos, que invitan al análisis y la reflexión del desarrollo del turismo andaluz, los cuales pasan a comentarse a continuación.

El primer capítulo, titulado “Planificación turística y gobernanza de destinos”, se centra en ofrecer las principales estrategias y herramientas de marketing digital, que pueden ser claves para la competitividad del sector, utilizando criterios para evaluar la efectividad de las mismas. También se considera la planificación para el desarrollo económico sostenible de Andalucía como destino turístico a través de sus indicadores.

En las estrategias y herramientas destacamos el desarrollo de relaciones con los clientes más personalizados, a través del *Customer Relationship Management* (CRM), la optimización de la oferta de valor transmitida al mercado, con el *revenue management*, la gestión estratégica de la reputación online, los agentes conversacionales basados en el uso de inteligencia artificial y, por último, la publicidad online como comunicación hacia el mercado. Además, como referencia para estas estrategias y herramientas, se mencionan ejemplos de empresas y/o instituciones que operan en el sector turístico andaluz. Los criterios utilizados para evaluar la efectividad

se componen en base al alcance, coherencia, contenido y paridad de precios transmitida al mercado. Así mismo, el promedio de estos criterios, nos da la información acerca del estado de la empresa en la actuación en medios online, pudiendo ser crítica, de riesgo u óptima.

Otro elemento analizado en este capítulo es el de la sostenibilidad de los destinos, que se ha convertido en un tema de vital importancia a nivel mundial y, por ende, en turismo, configurándose diversos modelos turísticos sostenibles y de calidad. A tal fin, se utilizan indicadores vectoriales que recogen las alteraciones en las dimensiones sociales, económicas y ambientales, para determinar el avance o retroceso del destino respecto a la sostenibilidad de su actividad, teniendo en cuenta las diferencias que existen entre los contextos de cada destino. Se incluyen un total de 65 indicadores que evalúan las dimensiones mencionadas anteriormente.

El segundo capítulo, bajo el título “Las posibilidades de futuro del turismo industrial en Andalucía”, señalado según META como un segmento emergente, presenta dos tipologías: el turismo de patrimonio industrial (visita a antiguas fábricas e industrias ya cerradas o a recursos patrimoniales enlazados a las mismas) y el turismo industrial vivo (visitantes a industrias, fábricas y empresas operativas, en las que el turista busca el conocimiento y el proceso productivo del producto).

El capítulo se inicia haciendo una conceptualización y caracterización del turismo industrial, así como sus orígenes y desarrollo. Posteriormente, destaca la importancia en la dinamización de procesos de desarrollo territorial sostenible, presentándose en esta línea la contribución con carácter especial del alcance de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y de las certificaciones UNE-ISO 13810 como garantía de prestación de un servicio de calidad creando experiencias únicas y satisfactorias para el turista. Por último, caracteriza la oferta de turismo industrial en Andalucía y plantea algunos retos de futuro para este segmento del turismo cultural.

El tercer capítulo se centra en “El futuro del turismo interior en Andalucía”, examinándose el sector en el contexto post pandemia. Debido a esta crisis, los hábitos y decisiones de los turistas han cambiado según diversos estudios, por lo que los autores han realizado un trabajo de investigación estableciendo un doble objetivo: analizar los cambios en el estilo de vida y de viajar del turista tras la COVID-19 y determinar el perfil del mismo a los que la COVID-19 ha influido en su gasto anual en viajes por diversos motivos. Para ello han utilizado un análisis descriptivo trasversal y estadístico a través de árboles de decisión. Cabe mencionar que los resultados arrojan información útil para la gestión de destinos de turismo de interior, conociendo el comportamiento, perspectivas de viaje y previsión del presupuesto de los turistas tras la COVID-19. Esto permite a gestores, gobiernos y *policymakers* diseñar y orientar su oferta turística de una forma adecuada, atrayendo a un turista de mayor calidad.

También destaca el potencial de las tipologías de interés especial, no solo las tradicionales como pueden ser el turismo de sol y playa, rural, de naturaleza, urbano o cultural, de salud o MICE (turismo con finalidad laboral o profesional), sino un turismo más personalizado atendiendo a las necesidades y expectativas más elevadas y exigentes de una demanda en concreto, como puede ser el agroturismo, oleoturismo o el turismo cinematográfico por señalar algunos ejemplos. Este capítulo se ilustra también con otro estudio para saber el potencial que tienen estas tipologías de interés especial en Andalucía, realizando un cuestionario a expertos.

El cuarto capítulo titulado “La transformación digital en los destinos turísticos andaluces”, hace referencia a la evolución del concepto destinos turísticos inteligentes y su presencia en la formación académica andaluza. Las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) han hecho que el sector turístico evolucione y cambie rápidamente, teniendo que adaptar el servicio a las necesidades de la demanda y, al estar en un contexto tan hiperconectado, obtener



respuestas inmediatas del producto y/o servicio. Cabe por tanto mencionar y hacer hincapié en la definición y puesta en marcha de Destino Turístico Inteligente (DTI), siendo una metodología de trabajo colaborativa entre entidades públicas y privadas para la transformación de los destinos en base a la gobernanza, la tecnología, la sostenibilidad, la innovación y la accesibilidad. Para ello, se utiliza un análisis exploratorio, descriptivo y explicativo, así como una metodología tanto cualitativa como cuantitativa, que identifica la escasa formación de los profesionales del sector en esta materia. Para finalizar este capítulo se hace alusión a la comunidad de empresas turístico-tecnológicas, siendo nuevos operadores del ecosistema turístico andaluz. Integra la colaboración entre los diferentes agentes que componen la cadena de valor, un factor clave en el futuro del sector turístico de Andalucía.

El quinto capítulo, que lleva por título “Los retos de los destinos litorales y de la innovación digital en el turismo andaluz”, hace referencia a los retos que presenta esta nueva época. Cabe destacar la urgencia climática y la energética, generando un cambio de ciclo en la era del capital. Los autores también analizan aspectos puntuales de la oferta y la demanda del turismo litoral en Andalucía. La necesidad de innovación digital en el sector turístico andaluz lleva a cabo una serie de retos y oportunidades que requiere la participación y colaboración público-privada y público-pública de diferentes actores, para potenciar la formación y promover el impulso digital mediante ayudas que dan apoyo a la investigación. Se busca afrontar los problemas en el futuro de este sector y proponer soluciones digitales.

El sexto capítulo, titulado “La sostenibilidad un principio básico del futuro”, hace mención al papel de la población local residente en el desarrollo turístico andaluz, siendo esta un elemento fundamental en un modelo de desarrollo turístico responsable, sostenible y accesible, contribuyendo así al logro de los ODS. El residente desempeña un doble papel, siendo agente pasivo y activo, pasivo afectado por los impactos del turismo y cuya percepción hace determinante su apoyo a la actividad turística y activo, desarrollando comportamientos a favor o en contra del turismo conformando la imagen del destino y la experiencia del turista. Los autores realizan un estado del arte a través de las revisiones sistemáticas de la literatura sobre este tema hasta la fecha concluyendo que son insuficientes y alejando futuras líneas de investigación.

Por otro lado, este capítulo enlaza la relación entre el turismo y la academia en Andalucía. Concretamente, analiza la formación en este ámbito asumida por los centros, departamentos y áreas de conocimiento de las universidades andaluzas, aún en proceso de consolidación. Cabe mencionar las iniciativas que impulsan este proceso del conocimiento científico en turismo, como la reciente creación del Instituto Andaluz de Investigación e innovación en Turismo (IATUR) y la red de Cátedras de Turismo en Andalucía.

En este punto, los autores de la obra lanzan la siguiente pregunta ¿Es sostenible el modelo turístico andaluz?, para abordar la respuesta se debe efectuar una medición de la sostenibilidad a través de la percepción de los académicos, siendo una alternativa sencilla y válida para su evaluación.

En el último capítulo de este libro, que lleva por título “El turismo inclusivo y accesible una oportunidad de futuro”, hace referencia a la accesibilidad. La investigación titulada “La Andalucía Victoriana”, realiza una ruta patrimonial histórica con influencia británica, como ejemplo de oferta turística accesible en las provincias de Andalucía Occidental, teniendo en cuenta las necesidades de personas con discapacidades físicas, sensoriales y cognitivas.

La accesibilidad de las playas andaluzas, también es una oportunidad para la competitividad del destino, siendo la mayoría de ellas accesibles o al menos cumplen con un elevado número de requisitos para que si lo sean en el futuro. Destaca la implicación de la administración con la implementación de diferentes planes y políticas desarrolladas, para la mejora de infraestructuras



y la inclusión total, permitiendo un aumento de visitantes, que es una oportunidad de negocio y mitiga la estacionalidad de los destinos.

En resumen, la obra “El futuro del turismo en Andalucía” destaca la importancia de la adaptación ante los desafíos y oportunidades de una nueva época, haciendo frente a la sostenibilidad, revolución tecnológica en constante auge y nuevas modalidades turísticas donde la accesibilidad juega un papel importante. Apostar por este desarrollo, lo convierte como un destino de gran potencial. Sin duda, este libro representa una obra redonda, que contribuye al progreso en el conocimiento sobre la evolución del sector turístico en Andalucía.

Elisa Mora Torres

Universidad de Jaén

emt00015@red.ujaen.es

