



Trabajo Fin de Grado

Turismo en la comunidad de Andalucía: evolución,
análisis y propuestas de mejora.

Autora:

Celia Aguilar-Amat Usón

Director:

Víctor Orive

ÍNDICE

1. Introducción	3
Objetivos específicos	4
2. Metodología	4
3. Evolución histórica de Andalucía (Objetivo 1)	6
Evolución histórica de Andalucía y su repercusión en la actividad turística actual.	6
1. <i>La prehistoria y la Antigüedad:</i>	7
2. <i>El Islam</i>	7
3. <i>Los reinos Cristianos</i>	9
4. <i>Siglo XIX</i>	10
4. Turismo en Andalucía y sus impactos.	11
5. Características sociodemográficas de los turistas y tipologías turísticas practicadas (Objetivo 2 y 3).....	12
1. <i>Turismo de sol y playa</i>	12
2. <i>Turismo cultural</i>	14
3. <i>Turismo Rural</i>	16
4. <i>Turismo de salud</i>	18
5. <i>Turismo de Congresos</i>	20
6. <i>Otros segmentos turísticos</i>	22
6. Análisis de las respuestas de los expertos acerca de la situación actual del turismo en Andalucía. (Objetivo 4).....	25
7. Análisis Dafo del Turismo en Andalucía.	29
1. <i>Debilidades</i>	29
2. <i>Amenazas</i>	29
3. <i>Fortalezas</i>	30
4. <i>Oportunidades</i>	30
8. Conclusiones.....	31
9. Bibliografía	33
10. Anexos	39

1. Introducción

El presente trabajo se centra en mostrar las potencialidades¹ de los diferentes segmentos turísticos del destino de Andalucía, por lo que se mostrarán algunos de los diferentes tipos de turismo que se pueden realizar en este lugar, y de esta manera saber cuáles de ellos son los más realizados y el porqué, incluyendo cómo repercute positiva y negativamente a la Comunidad Andaluza; De esta manera se podrá encontrar la forma de explotar otros segmentos turísticos, para que la experiencia de los viajantes sea más variada e intensa.

La elección de este tema es debido a que Andalucía actualmente es un referente respecto al turismo, no solo debido a la cantidad de turistas que deciden realizar sus vacaciones en este destino, sino también a que Andalucía tiene muchos recursos que le permiten diversificarse y no concentrarse solo en un segmento turístico.

Según Hosteltur en el año 2014 es la tercera comunidad en la que más turistas acogen después de Canarias y Cataluña. Otra de las razones viene dada a que no solo se concentra en una tipología, como es el turismo de sol y playa, si no que se diversifica en diferentes variables, lo que la hace más atractiva, además de que crea muchos y diversos tipos de trabajo. Según la Junta de Andalucía en el año 2014 357000 personas trabajan en este sector y representa un 12,7% de PIB de esta comunidad, todo esto es causado a que el motor de la economía Andaluza es el turismo.

Analizaremos la tipología de turistas que acuden a Andalucía, es decir sus variables socio personales, ya que de esta manera podremos averiguar qué grupo de personas acuden más a este destino y si esas características repercuten a la hora de elegir el destino.

Analizaremos también cómo ha evolucionado esta Comunidad como destino turístico en las últimas décadas y cuáles han sido las circunstancias o sucesos que han

¹ Potencialidades: Según Definiciones-de.com *“es un conjunto de recursos de los que dispone esta comunidad, la accesibilidad y los equipamientos para poder realizar la actividad turística.”*

ocurrido para que llegue al punto actual en el que se encuentra y como estos han podido repercutir en la actividad turística actual en Andalucía.

El objetivo de este trabajo de final de grado es analizar las principales actividades turísticas que se realizan en la Comunidad de Andalucía y cuales podrían desarrollarse para hacer de este un destino turístico más competitivo aun.

Objetivos específicos

Además del objetivo nombrado anteriormente este trabajo final de grado cuenta con unos objetivos específicos:

1. Analizar la evolución histórica de Andalucía y su repercusión en la actividad turística actual. Para ello se pretende averiguar como esos acontecimientos han influenciado a la actividad turística en Andalucía.
2. Describir las características sociodemográficas de los turistas que acuden a Andalucía.
3. Averiguar qué tipos de turismo se practican en Andalucía para que no sea un turismo concentrado en un solo segmento.
 - 1) Descubrir qué tipos de turismo son los más demandados en Andalucía.
 - 2) Descubrir y evaluar las diferentes tipologías de turismo que existen en Andalucía.
 - 3) Analizar las tipologías turísticas emergentes en Andalucía.
4. Analizar las opiniones de los expertos acerca de la situación turística de la comunidad de Andalucía.

2. Metodología

Para realizar este trabajo, es necesario recopilar diferente información para poder alcanzar con éxito todos los objetivos propuestos en apartados anteriores. La metodología se encarga de que podamos recoger información con diferentes métodos

a través de diferentes fuentes de información y de diversos sistemas de recolección de datos.

Para poder realizar una metodología más extensa y precisa utilizaremos en primer lugar fuentes secundarias, como son las revistas, artículos, o bien trabajos ya realizados que ayuden a complementar las diferentes fuentes primarias, todas ellas relacionadas con el sector turístico andaluz.

En este trabajo, se ha empleado metodología cualitativa, ya que se utiliza la técnica de la entrevista a cuatro expertos que trabajan en la empresa de Turismo y Deporte de Andalucía (Empresa Pública de la Conserjería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía), dentro de diferentes departamentos, como son en el de promoción, el de estadísticas y el de marketing; a través de preguntas abiertas y también semidirigidas, y así de esta manera guiar las respuestas para poder llegar a las diferentes cuestiones planteadas.

Tabla 1. Expertos en el sector turístico en Andalucía

Nombre	Puesto de trabajo
Jesús Arce Fernández	Departamento de promoción
Abel Fuentes García	Área de Dirección de la Empresa y coordinador del Plan Director de Promoción 2017-2020
Philipp Heuri Temboury	Área de innovación en el Plan Director de Promoción 2013-2016 de Andalucía y trabajadora en Andalucía LAB.
Vivianne Quill	Departamento de marketing

Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas han sido realizadas a lo largo del mes de Mayo, a través de correo electrónico, ya que los entrevistados residen en Sevilla y Málaga, por lo que era más complejo poder realizarlas de manera presencial.

En esta entrevista, se les realizan a todos las mismas preguntas, todas ellas relacionadas con la actividad turística andaluza, y se tratan diversos aspectos como su opinión sobre la situación turística general de la comunidad de Andalucía, la clase de turistas que acuden a Andalucía a realizar sus vacaciones, sus fortalezas y debilidades

como destino turístico, sobre otras comunidades y que acciones se deben tomar para mejorar la posición de Andalucía respecto a otros puntos de España.

Tabla 2. Preguntas de las entrevistas realizadas

Pregunta 1	¿Qué potencialidades turísticas considera que tiene Andalucía? (Recursos, servicios, infraestructuras etc.)
Pregunta 2	¿A qué segmentos de turistas se dirige Andalucía como destino turístico?
<i>Pregunta 2.1</i>	¿Cree que se dirige a algún segmento en mayor medida que a otros? ¿Por qué?
<i>Pregunta 2.2</i>	¿Hay algún segmento de consumidores que este menos atendido?
Pregunta 3	¿Qué fortalezas tiene Andalucía como destino turístico?
Pregunta 4	¿Qué debilidades tiene Andalucía como destino turístico? (Estacionalidad, infraestructuras etc.)
Pregunta 5	¿Cree que en un futuro, Andalucía podrá llegar a ser la Comunidad Autónoma con mayor llegada de turistas extranjeros?
<i>Pregunta 5.1</i>	¿Qué debería realizarse para ello?
Pregunta 6	¿Debería Andalucía tomar ejemplo de otras Comunidades a la hora de elaborar planes turísticos?
Pregunta 7	¿Qué iniciativas considera usted que debería llevarse a cabo Andalucía para que su turismo no estuviera tan concentrado en una tipología turística como es la de sol y playa o la cultural?

Fuente: Elaboración propia.

Todo esto respecto a las fuentes primarias, ya que es información recogida de primera mano por nosotros mismos

3. Evolución histórica de Andalucía (Objetivo 1)

Evolución histórica de Andalucía y su repercusión en la actividad turística actual.

Para poder analizar el estado actual del turismo en Andalucía y de sus diferentes segmentos, hablaremos en primer lugar de los diferentes hechos históricos

que han sucedido allí según la web oficial de Andalucía dividiéndola en diferentes etapas históricas.

1. La prehistoria y la Antigüedad:

Todo empezó en el neolítico, con su revolución, además de la aparición de la agricultura, y cuando comenzó el sedentarismo.

Dentro de la época de la Antigüedad en Andalucía, cabe destacar a los Tartessos, considerados como la primera monarquía en el occidente Europeo, que más tarde desaparecería, debido a la invasión Romana, que la consideraron como una provincia denominada la "Bética", fue una gran provincia para éstos, ya que aportaba metales, aceite, trigo etc. y fue la cuna de diferentes filósofos, como era Séneca y escritores; además de que en ella nacieron y crecieron dos emperadores realmente importantes como fueron Trajano y Adriano. Por último esta provincia se consideraba Senatorial, por lo que los habitantes eran considerados como ciudadanos libres y romanos.

Para acabar esta etapa diremos que en el 411 DC. Llegan a esta provincia los vándalos que se hicieron con parte de Andalucía y durante 50 años se instalan en el valle de Guadalquivir y en el Norte de África y pasará a llamarse a Vandalucía.

2. El Islam

Esta etapa es una de las más importantes ya que los musulmanes permanecieron en esta zona durante ocho siglos dejando constancia de su paso plasmado en diferentes construcciones, costumbres y técnicas que se han conservado hasta nuestros días y que son uno de los principales atractivos de Andalucía, además de que son de gran interés para los turistas que la visitan.

El Al-Andalus, según la fundación pública Andaluza, era un punto de encuentro para diferentes culturas y varios mestizajes, además de que llamaba la atención tanto de Europa como de Oriente.

Dentro del Islam nos encontramos con diferentes épocas:

- El emirato y el califato de Omeya.

Los musulmanes fueron conquistando la Península Ibérica hasta dominarla prácticamente en su totalidad, y fue expandiéndose también hacia otros países como el Magreb, Francia e Italia.

Durante esta fase fueron gobernando diferentes Califas que iban mezclando y fusionando la cultura del Islam con otras totalmente diferentes, como los Bereberes e hispanogodos, lo que hizo que esta cultura fuera mucho más rica e impresionante.

En esta época se construyó la mezquita de Córdoba que es uno de los principales atractivos de esta ciudad, y uno de los grandes referentes de Andalucía junto con otras construcciones de este tipo. En la mezquita de Córdoba se puede apreciar la arquitectura Omeya además de sus aportaciones góticas, renacentistas y barrocas que la hacen mucho más especial y llamativa.

- Reinos de Taifas

Tras una guerra civil que duró 22 años, el califato desapareció y dejó paso a los conocidos Reinos de Taifas, todo esto surgió porque diferentes dinastías que habitaban querían el poder, lo que produjo que los cristianos se volvieran más fuertes; Alfonso VI ganó la batalla a los musulmanes cuando conquistó la ciudad de Toledo.

Uno de los monumentos que podemos señalar de esta época son los Bañuelos de Granada, que se encuentra muy bien conservado, con diferentes salas abovedadas de carácter adintelado, que la hacen especial y diferente.

- Los Almorávides y Almohades

Esta época fue cuna de grandes pensadores, además de que se construyeron diferentes mezquitas, palacios y otras construcciones de grandes dimensiones. Mientras tanto los cristianos iban conquistando otras zonas de al-Andalus, y los Almorávides se empezaron a sentir amenazados por otro movimiento religioso que era el de los Almohades que surgió posteriormente.

Una gran construcción que dejaron los Almohades fue la Giralda de Sevilla, muy característica de la capital Andaluza, se trata del alminar de la mezquita que más tarde se reconvirtió en un campanario cristiano, con características renacentistas.

Otro de los monumentos que nos dejaron fue el Patio de los Naranjos, situado también en Sevilla, y es la única parte que queda de la mezquita que se encontraba en Sevilla, pero que más tarde destruyeron. Otras construcciones que podemos nombrar de esta época son la Torre del Oro y el patio de yeso del Alcázar de Sevilla.

- Los Nazarís

Por último hablaremos de los Nazarís, cuya época es considerada el final del Al-Andalus, ya que fue la última dinastía que gobernó hasta la total conquista por los cristianos de todo este territorio.

Los Nazarís establecidos en la ciudad de Granada y el reino estaba compuesto por Granada, Málaga y Almería, pero fue un reino considerado muy despacible, debido a las grandes presiones que sufrían de sus enemigos. A pesar de ella fueron constructores y creadores de grandes edificaciones entre ellas la famosa y conocida Alhambra de Granada, además de diferentes baños y mezquitas entre otros lugares.

La Alhambra de Granada está compuesta por diferentes palacios y estancias como el patio de los Arrayanes, y diferentes salas como la sala de dos hermanas etc. Esta construida con arcilla que le da un toque rojizo; conforme pasaron los años los diferentes conquistadores de esta ciudad fueron ampliándola.

3. Los reinos Cristianos

Esta época comenzó en el siglo XIII con la reconquista de diferentes reinos andaluces como el de Córdoba y Sevilla entre otros, el último en caer fue el de Granada que fue conquistado por los Reyes Católicos. En esta fase de la historia Andaluza hubo un hecho histórico muy importante que fue el viaje de Colón en 1492, en el cual descubrió América, ya que éste salió desde el Puerto de Palos situado en Huelva, por lo que muchos turistas se sienten atraídos a visitarlo, debido al citado acontecimiento.

Sevilla se convierte además en el centro de España, es el lugar donde llegaban los navíos cargados de productos de lujo, además de que otras ciudades, como Cádiz, eran imprescindibles en las relaciones comerciales que se tenían con otros países.

4. Siglo XIX

Este siglo también tuvo acontecimientos muy importantes ya que la constitución de 1812 fue aprobada en las Cortes de Cádiz, y comienzan diferentes evoluciones respecto a la industrialización, la sociedad de va modernizando, además de que Andalucía se convierte en una gran exportadora de diferentes productos típicos Españoles.

5. Siglo XX

Para acabar con la evolución histórica de Andalucía, podemos decir que esta comunidad es lo que es hoy en día debido a la Guerra civil que se inicio en España en el 1936, dicho acontecimiento dejó desolación por todas partes y llevo a un gran retraso, incluido en el turismo, ya que muchos turistas dejaron de visitarnos debido al miedo y a la consternación que producía este hecho.

Fue en los años 60, como en toda España, cuando se comenzó a construir diferentes infraestructuras por todas las costas, en el caso de Andalucía en la Costa del Sol, aunque en esta Comunidad se empezó a construir más tarde que en otros puntos de España, lo que supuso un gran retraso, además de que la situación económica en España, en comparación con otros países, lo hacía un país económicamente barato

Más tarde se instauró la democracia en España, Andalucía pasó a considerarse Comunidad Autónoma en el 1981, y el gobernante de esta pasó a ser la Junta de Andalucía que representa también a la población que habita actualmente en ella, siendo una de las Comunidad Autónomas más grandes y representativas de nuestro País.

Consecuencias

Esta evolución histórica ha tenido mucha repercusión sobre todo en el turismo Cultural que hoy es uno de los más practicados en Andalucía, dejando reseña de su paso en monumentos, documentos, museos etc. Todo ello hace de esta comunidad un lugar único e incomparable, también han dejado reflejado algunas de sus costumbres en la gastronomía actual, es sucesora directa de Al-Andalus, podemos encontrar productos muy típicos como el aceite de oliva, y el gazpacho, un plato muy típico andaluz que es reconocido en muchos y diferentes lugares, una reseña de identidad para Andalucía.

4. Turismo en Andalucía y sus impactos.

Actualmente Andalucía es uno de los lugares de España que más turistas atrae, por detrás de Cataluña y Canarias según datos de Hosteltur en el año 2014, debido a la calidez de su clima mediterráneo, siendo uno de los mejores climas de Europa, según Eva María Buitrago Esquinas de la Universidad de Sevilla en el I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía: Andalucía en el umbral del siglo XXI, esta causa hace que *“tengan una temperatura media elevada, pocas precipitaciones y un invierno escasamente frío”*.

Además del clima, Eva María Buitrago continúa diciendo que Andalucía cuenta con un ventajoso relieve que hace que se formen diversos parajes con diferentes formas y diversa fauna y flora, como por ejemplo el parque de Doñana, o el desierto que se encuentra en Almería, este factor hace que se puedan desarrollar turismos como el rural o el deportivo entre otros y el cinematográfico, aunque este en menor medida.

Eva María Buitrago constata también que la situación geográfica de Andalucía también aporta mucha ventaja debido a que se encuentra entre África y Europa por lo

que ha habido muchas y diferentes culturas que han convivido en este lugar ,dejando a su paso una gran huella, haciendo que se puedan apreciar diferentes tipologías turísticas, como es el turismo folclórico o religioso entre otros. Añadiré por último que se encuentra en una posición privilegiada dentro de Europa, muchos turistas eligen también este destino por comodidad y proximidad.

A continuación analizaré las principales tipologías turísticas, centrándome principalmente en el turismo de litoral, que es el principal motor de la economía Andaluza.

5. Características sociodemográficas de los turistas y tipologías turísticas practicadas (Objetivo 2 y 3).

1. Turismo de sol y playa

El turismo de sol y playa según la OMT (2013), *“es el más demandado de todos, se realiza en zonas del litoral con una climatología favorable y suele asociarse con el ocio, así como con el descanso, la diversión y entretenimiento”*.

Andalucía cuenta con un litoral muy extenso, dentro de este podemos hablar de los acantilados que tienen una extensión de 118 km y de las playas con 815 km, tiene un total de 329 playas lo que representa un 37,9 % del porcentaje total en toda España.

Según la Junta de Andalucía, en su informe del turismo litoral, en el año 2014 se acogió a 13,9 millones de turistas, es decir un 59% del total de turistas de todo el año recibidos en Andalucía. El 57,5% del turismo de litoral es español, siendo la mitad de estos andaluces y el 42,5% son personas que proceden del extranjero, destacando Británicos, Alemanes y Franceses.

Los extranjeros que vienen, a practicar este turismo, es debido a que en sus lugares de residencia tienen unas condiciones climáticas más frías, los Andaluces que practican este tipo de turismo en su lugar, de residencia, es debido a la cercanía y la calidad de sus playas que hacen que elijan su propia comunidad para realizarlo.

Tabla 3. Nacionalidad turistas de sol y playa.

Nacionalidad	Total turistas litoral (%)
Españoles	57,5
Andaluces	28,8
Resto de España	28,8
Extranjeros	42,5

Fuente: Junta de Andalucía, SAETA, Empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Respecto al sexo hay mayor porcentaje de mujeres con 51,7 % que hombres, el grupo de edad que más visita esta Comunidad se encuentra entre 45 y 64 años con un 30,9%, esto puede ser debido a que en esta edad se encuentran personas que ya se han jubilado y tienen más tiempo libre, además de que los que se encuentran en este grupo de edad tienen un trabajo más estable que los más jóvenes.

Tabla 4. Características socio personales de los turistas de sol y playa

Sexo	Turistas de litoral (%)
Hombres	48,3
Mujeres	51,7
Grupos de edad	Turistas de litoral (%)
Menos de 18 años	8,7
18-29	13,5
30-44	27,3
45-64	30,9
65 +	19,7

Fuente: Junta de Andalucía, SAETA, Empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA

Los jóvenes que se encuentran entre 18 a 29 años eligen otros destinos turísticos debido a que buscan otro tipo de actividades enfocadas hacia la fiesta, como puede ser Salou, Mallorca o Ibiza entre otros ejemplos y Andalucía no es tan reconocida por ofertas de este tipo.

A continuación hablaremos del impacto que ha tenido este turismo en Andalucía en diferentes periodos de tiempo:

Según unas estadísticas de IMPACTUR, en el año 2006 el turismo de sol y playa representaba el 12,6 % del PIB andaluz, y un 11,8% del empleo, por lo que es un gran

creador de puestos de trabajo aunque cuenta con la desventaja de que muchos de éstos son estacionales, ya que este turismo se concentra en los meses de verano. Actualmente no contamos con información actual de cómo ha evolucionado este turismo, por lo que no podemos hacer una comparación.

Según el Diario de Sevilla (2013) esta tipología turística produjo unos ingresos de 6500 millones de euros, además de que en ese año había ofertadas 169.397 plazas hoteleras, divididas en 705 establecimientos hoteleros. Por otra parte el 38% de los turistas dijeron haber elegido Andalucía por el clima, el 31% por las playas y el 10% por los precios.

Pero no todo son ventajas, debido a la gran demanda turística que causa el litoral Andaluz, ha habido una subida de la población que seguirá creciendo, no solo de turistas sino también de residentes.

Todo esto causa que haya un mayor gasto de agua, que sufra una mayor contaminación y que se exploten más los recursos naturales, como son los energéticos; se producen cambios en el suelo produciendo que se tengan que construir más infraestructuras, tanto turísticas como residenciales, debido a que estas se edifican en primera línea de playa, lo que hace que se estropee parte del litoral produciendo un impacto sobre la totalidad del mismo (puertos marítimos, club náuticos, hoteles etc.) , además de que hay que mejorarlas para adaptarse a la demanda que también va evolucionando conforme van pasando los años y van cambiando las modas y los estereotipos.

2. *Turismo cultural*

Según la OMT en el año 2005, el turismo cultural es aquel "*movimiento de personas hacia atractivos culturales con objeto de adquirir una nueva información y experiencias por satisfacer sus necesidades culturales y generar nuevos conocimientos, experiencias y encuentros*".

Andalucía se encuentra en una situación privilegiada respecto a muchos otros puntos de España, como ya se ha dicho anteriormente debido a todas las civilizaciones

que vivieron en ella dejando su cultura impregnada en diferentes edificaciones, en diversas ciudades, que las hacen llamativas y diferentes al resto.

Según el informe de la Junta de Andalucía en el año 2014, 6,9 millones de personas acudieron a Andalucía para realizar turismo cultural, lo que supuso un 28,7 % de la totalidad de turistas que acudieron a Andalucía en ese año.

El turismo cultural es fundamental para paliar la estacionalidad, ya que sus recursos tanto tangibles como intangibles (museos, monumentos etc.) reciben turistas durante todo el año, lo que causa una gran motivación e interés

El turismo cultural recibe su mayoría de visitas en el primer trimestre del año, aunque se distribuye a lo largo de todo este.

Se puede observar en la tabla número 3, realizada por la junta de Andalucía en el año 2014, que la mayoría de los turistas que realizan este turismo son españoles, ya que los extranjeros, al igual que los Andaluces, se decantan más por el de litoral; respecto a los extranjeros, los que más destacan son los Británicos, Alemanes y Franceses, siendo en porcentaje un poco mayor los Españoles de otras Comunidades autónomas que los de la propia Andalucía, por lo expuesto anteriormente

Tabla 5. Nacionalidad de los turistas culturales.

Nacionalidad	Turistas culturales (%)
Españoles	59,1
Andaluces	27,9
Resto de España	31,2
Extranjeros	40,9

Fuente: Junta de Andalucía, SAETA, Empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

En el año 2014, según el informe de coyuntura de la Junta de Andalucía, un 52,2% son mujeres y el resto hombres, apenas hay diferencia entre unos y otros, además de que, de este 100 %, un 34,0% son turistas de edades comprendidas entre 45 y 64 años, como en el turismo litoral, además de que los jóvenes prefieren realizar otros tipos de turismo antes que el cultural.

Tabla 6. Características socio personales de los turistas culturales.

Sexo	Turistas culturales (%)
Hombres	47,8
Mujeres	52,2
Grupos de edad	Turistas culturales (%)
30-44	31,3
45-64	34,0
65 +	14,0

Fuente: Junta de Andalucía, SAETA, Empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Un acontecimiento cultural realmente importante en Andalucía es la Semana Santa (la cual podemos incluir dentro también del turismo religioso), que se celebra todos los años, Andalucía es realmente destacable, en este evento respecto al resto de España, por sus peculiares características y por la intensidad con la que se vive. Se realizan muchas procesiones las cuales son organizados por cofradías o hermandades, representado escenas de la vida de Jesús.

Las ciudades que son consideradas como interés turístico internacional, a causa de estas procesiones son la de Málaga, Granada y Sevilla. La Semana Santa produce que en la época en la que se realiza, las ventas en los alojamientos hoteleros, y en la hostelería en general aumenten sus ventas considerablemente.

Para acabar con el turismo Cultural, hablaré de los diferentes impactos negativos que éste crea, para comenzar diré que los residentes de las ciudades donde se encuentran los atractivos turísticos pueden sentir rechazo por los turistas, por la continúa actividad de estos, haciendo que las ciudades estén más saturadas durante todo el año, además de que si los visitantes van aumentando año a año, se deberán crear más infraestructuras ,y por supuesto el patrimonio recibirá más visitas y puede existir una sobrecarga añadiendo la sobreexplotación de éstos que, puede llevar a su deterioro.

3. Turismo Rural

Según la OMT en el año 2013, el turismo rural *“es un tipo de turismo que se realiza en un medio rural, y el cual tiene como objetivo interactuar con la vida rural,*

conocer sus tradiciones, atractivos de la zona y la forma de vivir de los residentes que habitan en la misma”.

El turismo rural en Andalucía va muy en consonancia con el turismo deportivo, ya que según el informe anual de turismo en Andalucía en el año 2005 muchos turistas que realizan este tipo de turismo lo realizan en parques nacionales, que son espacios protegidos, los cuales son muy representativos de Andalucía.

La junta de Andalucía nos dice que este tipo de turismo, que se considera emergente se puede realizar en diferentes épocas del año, se realiza sobre todo cuando el clima no es muy caluroso, además cada vez se está realizando más debido a que los turistas están más concienciados con el medio ambiente y la sostenibilidad, así que puede ser una gran solución fomentarlo y explotarlo para que otra tipología de turistas acudan a esta comunidad.

En el año 2003 según la Junta de Andalucía, esta comunidad, acogió a 1,9 millones de turistas que realizaron este tipo de turismo, representa el 8,8% del total de turistas que visitaron la comunidad en ese año, además generaron 725 millones de euros en ingresos para Andalucía, lo que representa un 5,14% del total de ingresos turísticos.

Tabla 7. Nacionalidad de los turistas rurales.

Nacionalidad	Turistas rurales (%)
Españoles	77,0
Andaluces	43,0
Resto de España	34,0
Extranjeros	23,0

Fuente: SAETA, Empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA

Del 100 % de los turistas que realizaron este tipo de turismo, un 43% eran andaluces, un 34% del resto de España y un 23% fueron extranjeros, por lo que es un turismo muy nacionalizado, aunque en Málaga sube el porcentaje de los extranjeros respecto al resto de provincias Andaluzas.

Tabla 8. Características socio personales de los turistas rurales.

Sexo	Turistas rurales (%)
Hombres	48,3
Mujeres	51,7
Grupos de edad	Turistas rurales (%)
Menos de 18 años	15,7
18-29	25,5
30-44	40,3
45-64	15,9
65 +	2,6

Fuente: Junta de Andalucía, SAETA, Empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA

En la práctica de este turismo destacan los que se encuentran en las edades comprendidas entre 30 y 44 años con un 40,3 %. Este tipo de turismo lo realiza en su mayoría un grupo de edad diferente al resto de las tipologías turísticas que he nombrado anteriormente, esto es debido a que la gente de esas edad está en plena edad de trabajar, y concuerda con lo que he aprendido años atrás en asignaturas de esta carrera que es un ciudadano urbano y que busca la tranquilidad y la desconexión que no encuentra en sus lugar de residencia.

El turismo rural tiene que estar muy controlado respecto a su práctica, ya que al ser una tipología reciente puede tener impactos negativos al no darle una gran importancia, además de que si se empieza a edificar en lugares que aun no son considerados protegidos sin unas medidas propuestas estas pueden hacer que se desestabilice el medio rural.

Por otro lado también que este no se debe convertir en un turismo masificado con un exceso de turistas, ya que estos pueden invadir el espacio de diferentes especies naturales tanto animales como vegetales dañando la biosfera.

4. Turismo de salud

El turismo de salud según la OMS es *“aquel que te aporta un estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”*.

Lo que demandan los turistas a la hora de realizar este tipo de turismo según el informe anual que hace la junta de Andalucía en el año 2014 son tratamientos hecho por profesionales como la oncología, rehabilitación, cirugías plásticas etc., las cuales se pueden encontrar en centro privados. Por otra parte tratamientos para el reuma la psoriasis, de los que se encargan los diversos balnearios que se pueden encontrar en Andalucía, y por último ocio saludable del cual se encargan hoteles que disponen servicios de spa en sus servicios complementarios.

Tabla 9. Nacionalidad de los turistas de salud.

Nacionalidad	Turistas de salud (%)
Españoles	71,4
Andaluces	33,2
Resto de España	33,8
Extranjeros	28,6

Fuente: SAETA, Empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

En 2014 del 100% de turistas que acudieron a Andalucía para realizar este tipo de turismo, un 71,4% eran Españoles, y de éstos un 33,2% Andaluces y un 33,8% del resto de comunidades autónomas, por lo tanto, al contrario que el resto de tipologías de las que hemos hablado anteriormente, los andaluces prefieren irse a otras comunidades para invertir en turismo de salud. Los extranjeros se resumen en un 28,6 %, destacando sobre todo los británicos y los alemanes como en el resto de tipos de turismo.

Tabla 10. Características socio personales de los turistas de salud.

Turistas de salud	Porcentaje
Hombres	46,6
Mujeres	54,4

Fuente: Junta de Andalucía, SAETA, Empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Respecto al sexo, hay un porcentaje mayor de mujeres que realizan este tipo de turismo, puede ser debido a los estereotipos actuales de la sociedad, en que lo natural y lo joven está de moda, aunque hay que destacar que cada vez más hombres deciden realizar este tipo de turismo por el mismo motivo.

La parte negativa de la práctica de este turismo según la escuela de organización industrial y la secretaria de estado de turismo en el año 2013, es que los viajeros, que practican este tipo de actividad y acuden a nuestro país a recibir esos tratamientos lo hacen porque en sus países requieren de una mayor cantidad de dinero para poder realizarlos.

Otro de los factores, aparte del dinero, es que en sus países hay una gran lista de espera para ser atendidos y vienen por ello a nuestro país haciendo que las nuestras aumenten mientras las suyas disminuyen. Y por último nos podemos encontrar con turistas que aprovechan el sistema sanitario Español para recibir tratamientos gratuitos.

5. Turismo de Congresos

El turismo de congresos según la OMT en el año 2005, es *“aquel que crea diversas actividades turísticas debido a la realización de encuentros voluntarios en un destino acordado anteriormente y la motivación principal es la realización de negocios y temas profesionales que se deben al haber alcanzado diversas metas o resultados empresariales”*.

Durante el 2014 este tipo de turismo atrajo a Andalucía 650 mil turistas, lo que supuso unos ingresos de 285,2 millones de euros. Se ha de añadir que este tipo de turismo atrae más a turistas internaciones que nacionales, en cifras porcentuales estamos hablando de un 88% de extranjeros frente a un 12% de Españoles.

Según la Conserjería de Comercio y Turismo, en el año 2012 siendo los extranjeros en su mayoría Franceses y Británicos, ya que debido a la crisis los eventos de origen nacional han disminuido y se han acrecentado los internacionales, por otro lado el porcentaje de hombres fue de un 50,4% frente a un 49,6% de mujeres, por lo que se puede observar que apenas hay diferencias respecto a esta variable.

Este tipo de turismo se le considera desestacionalizador, ya que su temporada baja se sufre en Julio y Agosto, que se compensa con otros tipos de turismo como es el de litoral y viceversa, ya que esta actividad se realiza en los meses de Marzo, Mayo,

Octubre y Noviembre según el Informe anual de segmentos turísticos de Andalucía en el año 2014.

El turismo de congresos incita a los visitantes a realizar otros tipos de turismo como se puede observar en la siguiente tabla, que divide en porcentajes las actividades complementarias más realizadas por los turistas, siendo la más popular, la gastronómica seguida por el turismo cultural.

Tabla 11. Actividades complementarias que realizan los turistas de congresos.

Actividades complementarias	Porcentajes
Sol y playa	6,3
Otros	9,3
Compras	9,5
Cultural	53,2
Gastronómico	56,8

Fuente: SAETA, Empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Tabla 12 .Tipo de alojamientos donde se alojan los turistas de congresos.

Tipo de alojamientos	Porcentaje
Hotel	79,3
Apartamento o casa alquilada	2,0
Apartamento o casa en propiedad	0,8
Apartamento o casa de amigos y familiares	13,0
Otros	4,9

Fuente: Junta de Andalucía, SAETA, Empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

El turismo de congresos con el paso de los años ha tenido más relevancia y es un segmento que está creciendo. Además este tipo de turismo viene muy relacionado con los alojamientos hoteleros, que albergan a muchos de ellos, pero que van perdiendo cuota ya que la gente que va a estos congresos opta por albergarse en viviendas de familiares o amigos antes que alojarse en un hotel, según el informe anual de turismo de reuniones y congresos en Andalucía en el año 2012.

6. *Otros segmentos turísticos*

Además de las tipologías turísticas nombradas anteriormente, se cuenta con muchas otras dentro de esta comunidad, las cuales podrían explotarse para diversificar el turismo en Andalucía y evitar que se concentre siempre en el turismo de sol y playa o el cultural, entre otros que se han nombrado anteriormente.

De esta manera se podrían conseguir más fidelidad y que los visitantes repitieran sus visitas con más regularidad y eligieran siempre esta Comunidad para disfrutar de sus vacaciones. Por ello a continuación hablare de diversos turismos que no están tan consagrados.

- Turismo Enológico y Gastronómico

El turismo gastronómico según el D. Antonio Montecinos Torres en el año 2013 es aquel “en que las personas concentran sus viajes y sus estancias en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, con el fin de consumir y disfrutar productos, servicios y diferentes experiencias”.

El turismo enológico, según Martin Berasategui y Mery Hoffman en el año 2011 “es un turismo reciente en que las personas vienen motivadas por la visita a diferentes viñedos y bodegas, además de promocionar la exuberancia vitivinícola de las diferentes regiones donde estos se encuentran”.

Este tipo de turismo se incluye dentro de la oferta del turismo cultural ya que se considera que es parte del patrimonio y un elemento identificador de la cultura Andaluza, todo esto puede ser debido a la diversidad de elementos naturales que tiene Andalucía, debido a sus mares, desiertos etc., además de todas los pueblos que han convivido en Andalucía a lo largo de diferentes épocas.

El turismo gastronómico en Andalucía atrae cada año a unos 650.000 turistas, es un turismo que no es identificado aun como tal, pero que en un futuro puede que se incorpore como uno más, ya que tiene una gran capacidad de captación de turistas

y, además el consejero de turismo de Andalucía Rafael Rodríguez considera que se “debería figurar dentro de la marca de Andalucía”.

Los principales países emisores de este tipo de turismo según el Turismo Andaluz en el año 2013 son Francia, Países Bajos y Reino Unido. Este tipo de turismo llama la atención a otros países debido a la famosa dieta Mediterránea que se tiene en España que es totalmente diferente al resto de la Europea, además de los precios que ya se sabe que son muy competitivos y de que los productos locales son bastante reconocidos, como los famosos espetos de Málaga entre otros.

Este tipo de turismo como ya se ha dicho es un turismo complementario, es decir se incluye dentro de otras tipologías turísticas, pero es un segmento que, si es bien explotado, puede conseguir atraer a diversos turistas, de diferentes edades, que vengan motivados simplemente por la restauración Andaluza.

Para conseguir esto se pueden hacer diferentes rutas gastronómicas por diferentes zonas, o locales, que se dediquen a la cocina tradicional o bien a través de diferentes ferias o eventos dedicados exclusivamente a eso como el festival que se celebra en Málaga denominado “Málaga Food & Wine Festival”.

- Turismo folclórico

El turismo folclórico consiste en identificar las diferentes tradiciones de un lugar concreto como es la forma de vestir, las ferias, las fiestas, la gastronomía como se ha comentado en el apartado anterior.

En Andalucía hay mucho folclore, éste se convierte en una identidad dentro de España, por ejemplo el flamenco; bajo mi punto de vista todos los extranjeros identifican a España con este tipo de baile reconocido en todo el mundo, mucha gente acude a Andalucía para asistir a los diferentes “tablaos” flamencos.

Nos encontramos también con la famosas ferias de Andalucía, la que más destaca es la de Abril en Sevilla, celebrada dos semanas después de la Semana Santa, pero esta festividad se da en casi todas las localidades Andaluzas.

Estas ferias destacan por su ambiente, y por los famosos vestidos de flamencas, las casetas, en las cuales se puede disfrutar de música típica Andaluza, además de diversa comida y el fino tradicional, mucha gente acude en estas fechas exclusivamente para visitar la feria de Abril. La feria de Abril en Sevilla según el Diario de Sevilla (2014) ingresó unos 600 millones de euros y el ayuntamiento invirtió unos 6 millones.

El Diario de Sevilla (2014) continúa diciendo que en esta época del año el sector hotelero sale muy beneficiado, además de diversos comercios como son los que se encargan de diseñar y producir los trajes de flamenca.

El turismo folclórico bajo mi punto de vista es cada vez más conocido y más practicado; atrae cada año a más turistas, por lo que hay que aprovechar su potencial, ya que nos servirá para crear diversos empleos y generar beneficios, aunque cuenta con la desventaja de que se realiza en fechas muy concretas, por lo que no sirven para paliar la estacionalidad.

- Turismo religioso

La revista Iberoamericana del turismo (2011) nos dice que *“los principales destinos de esta tipología son lugares santos que representan lugares de devoción y de peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórico-cultural, además de que está en pleno crecimiento.”*

El delegado de turismo del ayuntamiento de Sevilla, Gregorio Serrano (2016), afirma que Sevilla, la capital Andaluza, *“tiene un gran potencial para atraer a este tipo de turistas”*. El Diario de Sevilla (2016) nos dice que una de las causas es debido a la *“cantidad de iglesias que tiene Sevilla, solo la supera Roma, ya que cuenta con unas 120 y su catedral es la segunda del catolicismo, solo superada por la Basílica de San Pedro”*.

No solo Sevilla cuenta con potencial para que la gente la visite para realizar este tipo de turismo, bajo mi punto de vista, también tenemos ciudades como Córdoba y

Granada, que destacan también debido a sus grandes monumentos como son la Alhambra de Granada o la Mezquita de Córdoba.

Respecto al sector hotelero, según Santiago Padilla, que es un experto en turismo religioso e incide en que *“esta tipología turística debe ser bien explotada para atraer a los turistas interesados en ella y de esta manera seguir evolucionado y creciendo, pero que para ello hay que posicionarse en este segmento”*.

Podemos destacar en que este tipo de turismo no es estacional, puede ser practicado en cualquier época del año, pero hay que decir también que uno de los problemas del mismo es la estancia media, ya que es muy baja por lo que a los sectores hoteleros apenas supone mucho ingreso.

6. Análisis de las respuestas de los expertos acerca de la situación actual del turismo en Andalucía. (Objetivo 4)

A continuación se hace un análisis de las respuestas realizadas por los diferentes expertos entrevistados, se analizan las preguntas de forma ordenada, se hace una puesta en común, destacando lo más relevante, y de esta manera, llegar a una conclusión más precisa.

Pregunta 1:

En esta pregunta se les pide que citen los recursos y potencialidades de los que dispone Andalucía. En este caso nos encontramos con que todos están de acuerdo, esta comunidad cuenta con diversos recursos. Estos se muestran numerados a continuación:

1. 700 km de costa bañados por el Océano atlántico y el Mar Mediterráneo.
2. 244 espacios, entre ellos parques y reservas naturales.
3. Diverso legado cultural como son sus monumentos.
4. Gran variedad de rutas culturales como el Legado Andalúsí, entre otras.

5. 2500 km de autovías, 5 aeropuertos internacionales, trenes de alta velocidad, 6 puertos, variedad de palacios de congresos en cada una de las principales ciudades andaluzas.
6. Cuenta con gran variedad de infraestructuras hoteleras, en Andalucía nos encontramos con la mayor concentración de hoteles de lujo de toda España.
7. Gastronomía Andaluza, con diversas denominaciones de origen.
8. Estación de esquí, con mayor número de horas de sol.
9. 115 Campos de golf.
10. Andalucía es considerada la favorita por los extranjeros para realizar turismo idiomático.

Pregunta 2:

En esta pregunta, se les pide que citen los segmentos de turistas a los que se dirige Andalucía como destino turístico. En esta pregunta casi todos coinciden en el hecho de que Andalucía, al disponer de tantos recursos, puede y debe enfocarse en atraer a todo tipos de turistas, aunque Jesús Arce Fernández nos dice, que en algún momento concreto, es más eficaz centrarse en los turistas senior, éstos disponen de más tiempo al estar jubilados, y se pueden permitir viajar en épocas de temporadas bajas, y de esta manera conseguir paliar la estacionalidad.

Por otro lado respecto a los segmentos de turistas que están menos atendidos, todos coinciden, son los jóvenes, están de acuerdo en que se les debería prestar más atención, ya que todos los segmentos de turistas pueden generar ingresos en mayor o menor medida.

Pregunta 3:

En la tercera cuestión, se les pregunta a acerca de las fortalezas de Andalucía como destino turístico, éstas se pueden numerar de la siguiente manera:

1. Oferta variada
2. Gran complementariedad entre los recursos
3. Clima
4. Alto nivel de fidelización de los turistas
5. Imagen consolidada
6. Hospitalidad

7. Conectividad

La que más se ha de destacar, dentro de las fortalezas nombradas anteriormente, es la complementariedad, ésta ha sido nombrada por todos y creen que es el punto clave, por el que Andalucía es un destino turístico muy fuerte, además de que lo hace diferente respecto a sus competidores.

Pregunta 4:

En la cuarta cuestión, se les pregunta acerca de las debilidades de Andalucía como destino turístico, estas se pueden numerar de la siguiente manera:

1. Estacionalidad
2. Escasez de formación
3. Nuevas tecnologías
4. Destino considerado antiguo
5. Oferta turística no reglada

La que más se ha de destacar, dentro de las debilidades nombradas anteriormente es la estacionalidad, relacionándola con otras como es la escasez de formación, como hace Abel Fuentes García, que considera, que es la causante de trabajos poco estables, debido a que las infraestructuras turísticas como son los hoteles cierran sus puertas durante el invierno.

Pregunta 5:

En la quinta cuestión, se les plantea, si creen que Andalucía podrá convertirse en el destino turístico que más turistas extranjeros atrae en España, y como podría conseguirse. Considero que es una pregunta muy importante, ya que Andalucía atrae en mayor porcentaje a turistas nacionales, y los turistas extranjeros serían una gran fuente de ingresos para la Comunidad Andaluza.

Todos afirman que debido al gran potencial turístico de Andalucía, este propósito es posible, pero no por ello deja de ser un objetivo difícil de conseguir. Jesús Arce Fernández considera que el principal competidor respecto a esta cuestión es Cataluña, debido a su imagen consolidada.

Por otro lado estos expertos consideran, que deben estar presentes en todos los mercados posibles, y a través de un “Plan de promoción”, el cual utiliza diferentes herramientas promocionales, que si son empleadas en su conjunto, pueden conseguir atraer a este tipo de turistas.

Pregunta 6:

En la sexta cuestión, todos llegan a la conclusión de que el Benchmarking² es realmente importante, fijarse en otras comunidades es primordial a la hora de elaborar diferentes planes turísticos, cual es su presentación en los diferentes destinos y a quienes se dirige y saber cómo poder aplicarlo a Andalucía.

También es importante tener en cuenta los errores que comete la competencia, y de esta manera aprender de ellos, para no cometer los mismos en un futuro.

Pregunta 7:

La última pregunta realizada, es sobre las acciones que deben tomar, para que Andalucía, no se concentre únicamente en el turismo de sol y playa. Por ello se pueden numerar las siguientes acciones propuestas por los cuatro expertos, para conseguir tal propósito. Son las siguientes:

1. Ofertar los segmentos más desestacionalizadores (gastronomía, golf, medioambiental etc.)
2. Asistir a ferias muy especializadas y diversos congresos.
3. Redistribuir a los turistas en el tiempo y en el territorio.
4. Complementar diferentes segmentos.

² Benchmarking: Según Debitoor (2012-2016), “Es el proceso mediante el cual se recopila información y se obtienen nuevas ideas, mediante la comparación de aspectos de tu empresa con los líderes o los competidores más fuertes del mercado.”

7. Análisis Dafo del Turismo en Andalucía.

A continuación voy a realizar un análisis DAFO sobre la situación actual del turismo en Andalucía, para conocer sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. Para la realización de este DAFO, he tenido en cuenta la información recopilada en los diferentes artículos, documentos y entrevistas realizadas a los expertos en este sector.

A través de este análisis DAFO se busca explotar al máximo las fortalezas y las oportunidades que se crean para compensar las deficiencias, y de esta manera saber qué acciones se deben llevar a cabo para contrarrestar las amenazas y debilidades.

1. Debilidades

- Estacionalidad
- Insuficiente cualificación en los empleos turísticos
- Concentración de turistas en zonas muy concretas de Andalucía, que crea masificación y puede afectar a los diferentes recursos tanto naturales como patrimoniales.
- Se le considera un destino antiguo.
- Al tener precios tan competitivos esto hace que descienda la calidad del producto y del servicio

2. Amenazas

- Destinos emergentes con mejores precios y productos que se asemejan a los de Andalucía.
- Agotamiento de los turistas nacionales que son los que más acuden a Andalucía para realizar diversas actividades turísticas.
- Rechazo de algún segmento de turistas debido a la masificación que hay en algunos puntos de Andalucía.
- Cada vez hay menos recursos para poder promocionar y comercializar a Andalucía como destino turístico.

3. Fortalezas

- La oferta en Andalucía es muy diversa, hay mucha oferta de alojamientos y de diferentes servicios.
- La imagen de Andalucía es muy reconocida en toda España y por los mercados extranjeros más importantes.
- Cuenta con muy buenas infraestructuras turísticas y con buena comunicación en todos los medios de transporte.
- El clima es un elemento imprescindible, que hace de Andalucía un destino muy llamativo.
- Es un destino muy afianzado y cuenta con un gran nivel de fidelización por parte de los turistas.
- Gran variedad de recursos patrimoniales y naturales.
- La promoción de esta comunidad está muy afianzada por parte de todas las administraciones públicas, y también por las privadas.
- Este sector es el motor económico de la Comunidad Andaluza.

4. Oportunidades

- Como las motivaciones de los turistas están cambiando, Andalucía puede complementar diversos productos o tipologías turísticas para crear mejores experiencias.
- Introducir las nuevas tecnologías para acercarse más a los turistas.
- Cada vez se tiene más en cuenta la sostenibilidad, por lo que se pueden introducir nuevas propuestas como es el ecoturismo.
- La gastronomía tiene cada vez más relevancia y se le tiene más en cuenta como factor a la hora de elegir el destino vacaciones, lo que es una gran ventaja para Andalucía.

8. Conclusiones

Del presente trabajo, se puede observar con mucha claridad que Andalucía, en términos generales, es un lugar muy solicitado turísticamente hablando y tiene una posición privilegiada dentro del mercado turístico, a pesar de sus debilidades.

Andalucía es una de las Comunidades más visitadas a nivel nacional, ya que el porcentaje de turistas extranjeros es menos elevado que el de los Españoles como hemos podido observar en los datos estadísticos que se encuentran en este trabajo en apartados anteriores, muchos de los turistas nacionales son residentes de la propia Comunidad, sobre todo en el turismo de sol y playa.

Podemos afirmar que Andalucía es una Comunidad autónoma con mucho potencial turístico, una de las razones que justifican esta afirmación es porque actualmente es el principal motor económico de la Comunidad Andaluza.

Por otro lado nos encontramos con que su amplia gama de recursos turísticos, naturales y también patrimoniales, hacen que de una manera u otra siga teniendo atractivo para todo tipo de turistas, ya decidan practicar turismo de sol y playa, cultural u otros tipos.

En parte esto es debido a su riqueza histórica y a todos los pueblos que han convivido en la península Ibérica, esto hace que hoy Andalucía disponga de espectaculares monumentos culturales que la hacen única e inigualable.

Otra de las causas por la que Andalucía es muy solicitada turísticamente, como han dicho los diferentes expertos entrevistados en este trabajo final de grado, es por su climatología; las cálidas temperaturas suponen una gran ventaja para atraer a turistas extranjeros, que buscan un mejor clima al que tienen en sus países de residencia durante todo el año.

Otro factor aunque en menor medida, son los precios tan competitivos respecto a otros puntos de España; aunque este aspecto puede causar problemas en la calidad de los servicios ofrecidos.

Aunque se debe añadir, que se tiene que desarrollar en otros aspectos y tipologías turísticas, como es la gastronomía, el folclore o el turismo religioso entre otros, para conseguir ventaja frente a otros destinos turísticos que le hacen la competencia

Por otro lado Jesús Arce trabajador en el departamento de promoción en la Junta de Andalucía indica, que aunque Cataluña supere en número de turistas a Andalucía, este se concentra en la capital Catalana, en cambio en la Comunidad Andaluza se reparte el número de turistas por todas las provincias.

Andalucía también cuenta con diversas debilidades y amenazas, que hacen que peligre su imagen, como es la baja cualificación de los trabajadores en el sector turístico, entre otros, los cuales pueden conseguir que su nivel de turistas y de ingresos disminuya.

Para paliar esta situación se está llevando a cabo un plan de promoción, en el que intentan, entre otras cosas, mezclar diversas tipologías turísticas y también potenciar diversos turismos no tan explotados, todo ello para que el turismo siga siendo el principal motor de la economía Andaluza y que esta no pierda su esencia ni su atractivo para los turistas.

Un problema que me ha surgido a la hora de la realización de este trabajo final de grado, ha sido, por una parte el turismo rural, ya que el último informe de coyuntura realizado de esta tipología fue del año 2003.

Por otro lado al no poder hacer mis entrevistas de manera presencial, las respuestas de algunos entrevistados, han sido muy breves y escasas, por lo que ha sido un problema a la hora de analizarlas.

9. Bibliografía

Turismo en Andalucía

Definiciones-de.com (2011). Definición de potencialidad turística. Obtenido de

http://www.definicionesde.com/Definicion/de/potencialidad_turistica.php

Junta de Andalucía(2014-2020). *Plan de Calidad turística de Andalucía*. Sevilla: Junta de Andalucía.

http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/PCTA_141215.pdf

Conserjería de turismo y deporte de Andalucía(2010). *Plan general de Turismo de Andalucía* .

<http://www.ine.es/dynt3/inebase/index.htm?padre=2096&dh=1>

Sevilla : Instituto de estadística y cartografía de Andalucía(Cuarto trimestre de 2015). *Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía..* Obtenido de

http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/detalleDatosDia.jsp?cod=1791&ram=D#Bloque_29284

Esquinas, E. M. (2000). *El Turismo en Andalucía* . Obtenido de

http://www2.uca.es/escuela/emp_je/investigacion/congreso/mcp016.pdf

Turismo en Andalucía. (3 de Mayo de 2012). *SlideShare*. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/Benjumea8/el-turismo-en-andalucia>

Frontur. (2014). Balance de Frontur. *Hosteltur*. Obtenido de

http://www.hosteltur.com/193530_tres-comunidades-copan-61-turismo-extranjero-llega-espana.html

Junta de Andalucía (2010). *Principales segmentos turísticos en Andalucía*. Obtenido de

<http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/publicaciones/143356569.pdf>

Junta de Andalucía. Informe anual del turismo en Andalucía. (2005). *Tipologías turísticas*. Obtenido de

<http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/cap334.pdf>

Perspectivas turísticas Valoración empresarial del año 2014 y perspectivas para 2015(s.f). (Enero de 2015). Recuperado el 15 de Abril de 2016. Obtenido de

<http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/01/Informe-Perspectivas-N51-Balance-2014-y-perspectivas-2015-Definitivo-Web.pdf>

Evolución histórica de Andalucía

Junta de Andalucía (Marzo de 2016). *Andalucía.org*. Obtenido de

<http://www.andalucia.org/es/conoce-andalucia/historia/>

Andaluza, F. P. (2012). *El legado Andalusi*. Recuperado el Marzo de 2016. Obtenido de

<http://www.legadoandalusi.es/fundacion/principal/historia-alandalus/historia-alandalus>

Arteguias.com. (Mayo de 2010). *Arteguias.com*. Recuperado el Marzo de 2016. Obtenido de

<http://www.arteguias.com/almohade.htm>

Granapedia.com. (15 de Septiembre de 2014). Recuperado el Marzo de 2016. Obtenido de

http://granadapedia.wikanda.es/wiki/La_Alhambra

Turismo de sol y playa

OMT (2013). *Definición de turismo de sol y playa por la OMT*. Obtenido de

<http://lymmc.blogspot.com.es/2013/12/definicion-de-turismo-de-sol-y-playa.html>

Junta de Andalucía (1 de Febrero de 2016). *Turismo de litoral en Andalucía*. Obtenido de

http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/publicaciones/estadisticas/perfil_prof_litoral_dic15.pdf

(2013). El turismo de sol y playa genera en Andalucía 6500 millones de euros. Diario de Sevilla. Obtenido de

<http://www.diariodesevilla.es/article/economia/1574789/turismo/sol/y/playa/genera/andalucia/millones/euros.html>

Esquinas, E. M. (2000). *El Turismo en Andalucía* . Obtenido de

http://www2.uca.es/escuela/emp_je/investigacion/congreso/mcp016.pdf

Rodríguez Martínez F. (2013). El impacto ambiental del turismo. Obtenido de

[http://www.dipalme.org/Servicios/Anexos/anexosiea.nsf/VAnexos/IEA-drta-c17/\\$File/drta-c17.pdf](http://www.dipalme.org/Servicios/Anexos/anexosiea.nsf/VAnexos/IEA-drta-c17/$File/drta-c17.pdf)

Turismo cultural

OMT (2005). *Definición de turismo cultural*. Obtenido de

https://www.google.es/search?biw=1366&bih=643&q=definicion+turismo+cultural+segun+la+omt&oq=turismo+cultural+segun+la+omt+de&gs_l=serp.1.0.0i22i30l2.29288.34365.0.36467.33.28.0.5.5.0.157.2993.11j17.28.0....0...1c.1.64.serp..0.32.2904.0..0j35i39j0i10i67j0i67j0i131j0i22i10i30.1UKrA7Q5hPM

Esquinas, E. M. (2000). *El Turismo en Andalucía* . Obtenido de

http://www2.uca.es/escuela/emp_je/investigacion/congreso/mcp016.pdf

Junta de Andalucía (2014). *Turismo cultural en Andalucía Año 2014*. Obtenido de

http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/cultural_2014_1.pdf

Turismo rural

Vargas Sánchez A. Vaca Acosta R. García de Soto Camacho E. (2004). *Turismo Rural y medioambiente. Diagnostico medioambiental de los alojamientos rurales de la provincial de Huelva*. Obtenido de

http://www.uhu.es/alfonso_vargas/archivos/ESTUDIO%20TURISMO%20RURAL%20Y%20MEDIOAMBIENTE-Huelva%20%202004.pdf

Esquinas, E. M. (2000). *El Turismo en Andalucía* . Obtenido de

http://www2.uca.es/escuela/emp_je/investigacion/congreso/mcp016.pdf

Turismo de Salud

Junta de Andalucía (2014). *Turismo de salud y bienestar en Andalucía Año 2014*.
Obtenido de

http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/salud_2014.pdf

Esquinas, E. M. (2000). *El Turismo en Andalucía* . Obtenido de

http://www2.uca.es/escuela/emp_je/investigacion/congreso/mcp016.pdf

Escuela de Organización industrial. Gobierno de España. (2013). *Turismo de salud en España*. Obtenido de

http://www.minetur.gob.es/turismo/es-ES/PNIT/Eje3/Documents/turismo_salud_espana.pdf

Turismo de Congresos

Esquinas, E. M. (2000). *El Turismo en Andalucía* . Obtenido de

http://www2.uca.es/escuela/emp_je/investigacion/congreso/mcp016.pdf

Junta de Andalucía (2014). *Turismo de reuniones y congresos en Andalucía Año 2014*.
Obtenido de

http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/reuniones_2014.pdf

Junta de Andalucía (2012). *Turismo de reuniones y congresos en Andalucía Año 2012*.
Obtenido de

http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/reuniones_2012.pdf

Otros segmentos turísticos

Definiciones Turismo gastronómico: Planificación, productos, rutas... (s.f). Recuperado el 29 de Abril de 2016. Obtenido de

<https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>

Aulet Serrallonga S., Hakobyan K. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: Una propuesta para los santuarios de Catalunya. Obtenido de

<http://dugidoc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/TurismoReligioso.pdf?sequence=1>

Benot, E. (2014). Feria de Sevilla 2014: El negocio que supone para la ciudad. ABC de Sevilla. Obtenido de

<http://sevilla.abc.es/feria-abril/20140505/sevi-negocio-feria-sevilla-201405042122.html>

Berasategui M., Hoffman M. (2008). Enoturismo. Obtenido de

<http://www.uhu.es/gastronomiaparalosnegocios/documentos/enologia/Enoturismo.pdf>

Gutierrez, L. S. (27 de Febrero de 2014). Turismo folclórico (s.f). *Slideshare*. Recuperado el Abril de 2016. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/Lau05042011/turismo-folclrico-en-espaa>

Parejo, J. (2014). Turismo religioso, un filón por explotar. Diario de Sevilla. Obtenido de

<http://www.diariodesevilla.es/article/sevilla/1846510/turismo/religioso/filon/por/explotar.html>

Andalucía Lab (26 de Noviembre, 2014). Enoturismo y turismo gastronómico: Vamos a mostrar nuestra cultura. Obtenido de

<http://www.andalucialab.org/blog/enoturismo-turismo-gastronomico/>

Pérez D. (2014). El turismo gastronómico atrae a Andalucía a 650000 turistas al año. La opinión de Málaga. Obtenido de

<http://www.laopiniondemalaga.es/turismo/2014/05/30/turismo-gastronomico-atrae-andalucia-650000/681210.html>

Turismo gastronómico. Oportunidad de negocio en Andalucía.2013. (s.f). Recuperado el 29 de Marzo de 2016. Obtenido de

<http://es.slideshare.net/AndaluciaNetwork/turismo-gastronomico-oportunidad-de-negocio-en-andaluca-2013>

Enoturismo (s.f). Recuperado el 1 de Abril de 2016. Obtenido de

<http://www.uhu.es/gastronomiaparalosnegocios/documentos/enologia/Enoturismo.pdf>

Gastronomía (s.f). Junta de Andalucía. Recuperado el Abril de 2016. Obtenido de

<http://www.iuntadeandalucia.es/andalucia/cultura/gastronomia.html>

Redacción en Hoteles y Turismo (2016). Plan transversal en Andalucía para potenciar el turismo de interior en 230 millones. Obtenido de

<http://www.inmodiario.com/147/22774/plan-transversal-andalucia-para-potenciar-turismo-interior-millones.html>

Análisis de las respuestas de los expertos acerca de la situación actual del turismo en Andalucía.

Debitoor (2012-2016). Definición de Benchmarking. Obtenido de

<https://debitoor.es/glosario/definicion-de-benchmarking>

10.Anexos

Anexo 1-Entrevista a Jesús Arce, departamento de promoción en la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía Junta de Andalucía.

Buenos días/tardes, soy Celia Aguilar-Amat alumna en la Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza, a continuación se le muestra unas preguntas en relación con el turismo en Andalucía para la realización de mi Trabajo Final de Grado. Muchas gracias.

Preguntas:

1. ¿Qué potencialidades turísticas considera que tiene Andalucía? (Recursos, servicios, infraestructuras etc.)

“Más de 700 kilómetros de costa (Océano Atlántico y Mar Mediterráneo), 30% del territorio protegido (244 espacios, parques y Reservas Naturales, donde destacan 2 Parques Nacionales), Legado Cultural (monumento más visitado de España, entre otros). Gran variedad de Rutas Culturales, Legado Andaluzí, Caminos de Pasión, Washington Irving... En cuanto a infraestructuras, más de 2.500 kilómetros de autovías, 5 Aeropuertos internaciones, Tren Alta Velocidad en las ciudades Sevilla, Córdoba, Antequera y Málaga (en breve, Granada, Jerez y Cádiz), 6 puertos del Estado (turismo de cruceros), Variedad de Palacios de Congresos en cada una de las principales ciudades andaluzas (2ª región por números de Congresos y 3ª en número de participantes). La mayor concentración de hoteles de lujo de toda España, 49 hoteles de 5 y 433 de 4* con una gran diversión de estilos y especialización (hoteles urbanos, históricos, rurales, Spas,...) El sabor de la Gastronomía Andaluza con una amplia oferta en Denominaciones de Origen (Aceite, Vino, Jamón, etc.), la Estación de esquí más al sur de Europa con mayor número de horas de Sol, Sierra Nevada. Más de 115 campos de golf, habiendo sido considerada varios años como el mejor destino de Golf de Europa. Ciudades consideradas como las preferidas para estudiar español (turismo idiomático).”*

2. ¿A qué segmentos de turistas se dirige Andalucía como destino turístico?

2.1 ¿Cree que se dirige a algún segmento en mayor medida que a otros? ¿Por qué?

“Cuando se acomete, en un 90%, una acción comercial con la finalidad de atraer turismo a nuestro destino, no se tiene en cuenta una segmentación del turista. Es verdad, que en momentos determinados (y es cuando me refiero al 10% restante), buscamos a nichos muy concretos, sobre todo, el cliente (turista) de más de 55 años (IMSERSO). Este tipo de cliente tiene tiempo, viaja en temporadas bajas o medias (Estacionalidad) y dispone, en su mayoría, de recursos como para tenerlos en cuenta. “

2.2 ¿Hay algún segmento de consumidores que este menos atendido?

“A otro nicho de población que a veces nos dirigimos es a un target de jóvenes, que como te comentaba en otras respuestas, Andalucía, en determinados mercados (Nórdicos) tenemos una imagen de destino para gente mayor. Con el tema de los jóvenes se podrían enmarcar toda la promoción que hacemos del destino a nivel de turismo idiomático, tan importante en ciudades concretas de Andalucía, como por ejemplo, Cádiz, Málaga, Sevilla, Granada preferentemente. Hay otros colectivos, que por su manera de viajar, su elección de destinos, oferta elegida, etc. hay que tenerlos muy en cuenta como por ejemplo, Turismo LGTB, Turismo familiar y Solteros (Singles). Eligen destinos, como es el caso de LGTB y sobretodo empresas denominadas "Gay friendly" u hoteles, en el caso de solteros, que no permitan la entradas a menores de 18 años, etc., cada uno con sus propias características. “

3. ¿Qué fortalezas tiene Andalucía como destino turístico?

“Entre todas las fortalezas que Andalucía ofrece, destacaría: Oferta variada y complementaria (todo lo mencionado en la pregunta 1), Destinado con alto nivel de fidelización, Promoción turística consolidada entre las administración públicas y la iniciativa privada, Imagen de la marca Andalucía es muy reconocida y valorada. Clima. “

4. ¿Qué debilidades tiene Andalucía como destino turístico? (Estacionalidad, infraestructuras etc.)

“Por supuesto que Andalucía no se priva de la Estacionalidad como uno de los grandes problemas o debilidades. Al igual que en el punto anterior, he querido destacar las debilidades menos conocidas y que dañan de igual manera a un destino turístico, como por ejemplo, la Escasez de Formación, poca importancia a la cultura digital, destino antiguo (sobre todo en algunos mercados europeos). Oferta turística no reglada. Conexiones aéreas en comparación con otros destinos tanto nacionales como internacionales. “

5. ¿Cree que en un futuro, Andalucía podrá llegar a ser la Comunidad Autónoma con mayor llegada de turistas extranjeros?

“Claro que sí, pero tarea muy difícil. Hoy día el destino número 1 en España es Barcelona/Cataluña. Nosotros para los mercados internacionales somos el 4º aunque a veces hemos sido los terceros. Para el mercado nacional, somos el primer destino seguido de la Comunidad Valenciana. Para el internacional, Barcelona/Cataluña lo tiene todo. Hay que darse cuenta que es uno de las ciudades/destinos turísticamente hablando más importantes del mundo. Tienen una marca con un concepto urbano, moderno ayudado por supuesto de la marca del equipo de fútbol. Pero a nuestro favor y si comparamos Andalucía con Cataluña, destaca que nuestro destino se beneficia de manera más global que ellos. Un tanto por ciento muy elevado de turismo lo asume la capital, Barcelona, mientras que en Andalucía se reparte más por todo el territorio, aunque con un destino estrella que es la Costa del Sol. “

5.1 ¿Qué debería realizarse para ello?

“A nivel internacional, intentamos estar en todos los mercados que nos ayuden poco a poco conseguir cuota de mercado y en el nacional igual pero desde la óptica de ser el destino número 1. “

6. ¿Debería Andalucía tomar ejemplo de otras Comunidades a la hora de elaborar planes turísticos?

“Siempre hay que tomar como ejemplo a cualquier destino turístico en un momento determinado. De todas formas, Andalucía siempre ha sido destino pionero a la hora de inventar y desarrollar acciones promocionales. Cuando se empieza a elaborar cualquier plan, tenemos que saber qué hace la competencia, cómo se presenta en los diferentes mercados y a quienes se dirige. Mal haría un destino turístico si no tuviera en cuenta estos importantes detalles. “

7. ¿Qué iniciativas considera usted que debería llevarse a cabo Andalucía para que su turismo no estuviera tan concentrado en una tipología turística como es la de sol y playa o la cultural?

“Entiendo que todo lo que hacemos va dirigido a dar a conocer todos los recursos con los que Andalucía cuenta y no solamente en los segmentos más tradicionales, como son el sol y playa y cultural. Como he comentado previamente, la verdadera riqueza de Andalucía es su rica oferta en todos los segmentos, congresual, gastronómica, medioambiental, golf, esquí, etc., lo que lo hacen un destino completo. Nuestros mayores esfuerzos son en asistir a ferias muy especializadas, desde MICE (Congresos e Incentivos), Turismo de Interior, Avistamiento de pájaros, torneos/ferias de Golf, Acciones dirigidas al turismo idiomáticos, cruceros, etc. Realmente, asistimos a más ferias especializadas que a ferias multisegmentos, aunque igual éstas tienen mayor repercusión mediática. “

Anexo 2-Entrevista a Abel Fuentes García, Área de Dirección de la Empresa y coordinador del Plan Director de Promoción 2017-2020 en la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía Junta de Andalucía.

Buenos días/tardes, soy Celia Aguilar-Amat alumna en la Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza, a continuación se le muestra unas preguntas en relación con el turismo en Andalucía para la realización de mi Trabajo Final de Grado. Muchas gracias.

Preguntas:

1. ¿Qué potencialidades turísticas considera que tiene Andalucía? (Recursos, servicios, infraestructuras etc.)

“Creo que Andalucía tiene una gran oferta turística en todos los sentidos. Hablo de segmentos, productos, destinos, infraestructuras hoteleras, infraestructuras de transporte (aeropuertos internacionales, AVE, autopistas,...). Todo esto hace de Andalucía un destino turístico de primer nivel mundial. “

2. ¿A qué segmentos de turistas se dirige Andalucía como destino turístico?

“A día de hoy Andalucía debe intentar enfocarse a todo tipo de turistas, ya que tiene oferta para ello. No debe centrarse exclusivamente en un target concreto. Existe una oferta turística tanto de segmentos como de destinos lo suficientemente rica como para poder promocionarse enfocado sobre diferentes targets. Jóvenes, Senior, Familias, LGTB, etc., son targets poblacionales interesantes para Andalucía, teniendo oferta interesante para cada uno de ellos.

- 2.1 ¿Cree que se dirige a algún segmento en mayor medida que a otros? ¿Por qué?

“Entendiendo por segmentos los diferentes recursos/productos existentes en Andalucía, como Sol y Playa, Cultural, Congresos y Reuniones, Interior, Naturaleza, Activo, Gastronomía, Golf, Deportivo, Nieve, etc., todos los segmentos son interesantes para Andalucía. Alguno de ellos como Sol y Playa, porque son los que mueven a un mayor número de turistas y otros de ellos por su carácter diversificador y desestacionalizador. “

“Si por el contrario entendemos segmentos como los targets poblacionales de los que hemos estado hablando antes (senior, jóvenes, etc.), entendemos que el turismo familiar es el más importante cuantitativamente, mientras que otros segmentos como jóvenes y senior son muy importantes sobre todo desde el punto de vista desestacionalizador. “

2.2 ¿Hay algún segmento de consumidores que este menos atendido?

“Quizás el segmento joven sea especialmente relevante y no se le esté presentando la suficiente importancia.”

3. ¿Qué fortalezas tiene Andalucía como destino turístico?

“Para mí hay un elemento clave en Andalucía como destino turístico en su conjunto: la complementariedad. La excelente diversidad de recursos/destinos/productos turísticos existentes en Andalucía hace de la Comunidad un destino único en el mundo. Es sin duda alguna su principal punto fuerte.”

4. ¿Qué debilidades tiene Andalucía como destino turístico? (Estacionalidad, infraestructuras etc.)

“Hay una debilidad que prácticamente existe desde los comienzos de la actividad turística y es la estacionalidad. Esta estacionalidad genera problemas importantes, no solo en la actividad turística, sino también en la sociedad en general, ya que esta estacionalidad provoca que una gran cantidad de establecimientos hoteleros cierren sus puertas en invierno, por lo que no se puede generar un empleo estable. “

“Otros problemas son la formación (dependiendo de la ciudad y del ámbito al que nos refiramos) y la implantación de las nuevas tecnologías. Por otra parte, el propio tejido empresarial andaluz, compuesto en su mayoría por PYMES turísticas, genera una gran problemática para su posible desarrollo. “

5. ¿Cree que en un futuro, Andalucía podrá llegar a ser la Comunidad Autónoma con mayor llegada de turistas extranjeros?

“Por el potencial de Andalucía, por el puesto que ocupa en la actualidad y por las acciones que se están realizando, considero que es posible que Andalucía mejore su competitividad en España como receptor de turistas internacionales. Alcanzar el liderazgo es complicado, pero creo que puede ocurrir. Y no se puede olvidar el mercado

nacional y la actual posición de liderazgo de Andalucía como receptor de turistas nacionales.”

5.1 ¿Qué debería realizarse para ello?

“Turismo y Deporte de Andalucía realiza anualmente un documento llamado "Plan de Acción" en el cual se recogen todas las acciones promocionales previstas a realizarse durante ese año. En el Plan de Acción 2016 se contemplan la realización de alrededor de 600 acciones promocionales en más de 50 mercados. Y estas 600 acciones se ponen en marcha a través de una batería de 20 herramientas promocionales diferentes. El mix de la implementación de todas estas herramientas es el causante del aumento del número de turistas en el destino. No se puede achacar la llegada de más turistas a una acción concreta, sino al conjunto de acciones enfocadas sobre un público objetivo o sobre un mercado. A un target se le impacta usando una herramienta promocional y a otro target se le puede impactar de otra manera. A modo de resumen, indicar que desde Turismo y Deporte de Andalucía se implementan herramientas promocionales tan variadas como: ferias, acciones al consumidor, misiones comerciales, congresos, campañas de comunicación, patrocinios, web, redes sociales, posicionamiento en buscadores, etc. “

6. ¿Debería Andalucía tomar ejemplo de otras Comunidades a la hora de elaborar planes turísticos?

“Por supuesto que sí. El Benchmarking es clave en la actualidad. Es necesario saber qué hacen los competidores, ver su resultado y su posibilidad de aplicarlo en tu propio destino. “

7. ¿Qué iniciativas considera usted que debería llevarse a cabo Andalucía para que su turismo no estuviera tan concentrado en una tipología turística como es la de sol y playa o la cultural?

“El gran esfuerzo existente en la actualidad gira en este sentido. Diversificar es la palabra clave. Sobre todo con el Sol y Playa. Si se consigue diversificar se disminuirá el problema de la estacionalidad. Lo ideal es conseguir una mejor redistribución de los

turistas en el tiempo y en el territorio. Esto se consigue comenzando por una labor planificadora, seguida de una labor de creación de producto y finalizado por una labor de promoción/comercialización. Si la principal fortaleza del destino Andalucía es su diversidad turística, su complementariedad, los esfuerzos en promoción deben girar en ese sentido.”

Anexo 3-Entrevista a Vivianne Quill Jefa de Área de innovación en el Plan Director de Promoción 2013-2016 de Andalucía y trabajadora en Andalucía LAB.

Buenos días/tardes, soy Celia Aguilar-Amat alumna en la Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza, a continuación se le muestra unas preguntas en relación con el turismo en Andalucía para la realización de mi Trabajo Final de Grado. Muchas gracias.

Preguntas:

1. ¿Qué potencialidades turísticas considera que tiene Andalucía? (Recursos, servicios, infraestructuras etc.)
 - *“Espacios naturales (playas, parques protegidos)”*
 - *“Buenas infraestructuras turísticas”*
 - *“Profesionalización del sector”*

2. ¿A qué segmentos de turistas se dirige Andalucía como destino turístico?
“Senior y Familias.”
 - 2.1 ¿Cree que se dirige a algún segmento en mayor medida que a otros? ¿Por qué?
“Sí que se dirige más a un segmento que a otros debido a que atraen más turistas y por lo tanto más ingresos. “

 - 2.2 ¿Hay algún segmento de consumidores que este menos atendido?
“Turismo joven.”

3. ¿Qué fortalezas tiene Andalucía como destino turístico?

“Complementariedad.”

4. ¿Qué debilidades tiene Andalucía como destino turístico? (Estacionalidad, infraestructuras etc.)

“Mejora de las políticas de RRHH, Estacionalidad, introducción de las NNTT en los negocios, inversión en formación.”

5. ¿Cree que en un futuro, Andalucía podrá llegar a ser la Comunidad Autónoma con mayor llegada de turistas extranjeros?

“La fortaleza a nivel comercialización de destino es que su cartera de mercados está repartida y equilibrada.”

- 5.1 ¿Qué debería realizarse para ello?

“Un Plan de Promoción.”

6. ¿Debería Andalucía tomar ejemplo de otras Comunidades a la hora de elaborar planes turísticos?

“Sí, el benchmarking siempre es necesario.”

7. ¿Qué iniciativas considera usted que debería llevarse a cabo Andalucía para que su turismo no estuviera tan concentrado en una tipología turística como es la de sol y playa o la cultural?

“Incentivar a la oferta para la creación de nuevas propuestas como es el caso del Ecoturismo con iniciativas como turismomarinero.com”

Anexo 4-Entrevista a Philipp Heuri Temboury, Departamento de marketing en la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía Junta de Andalucía.

Buenos días/tardes, soy Celia Aguilar-Amat alumna en la Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza, a continuación se le muestra unas preguntas en relación con el turismo en Andalucía para la realización de mi Trabajo Final de Grado. Muchas gracias.

Preguntas:

1. ¿Qué potencialidades turísticas considera que tiene Andalucía? (Recursos, servicios, infraestructuras etc.)

- *“Oferta turística: hoteles, restaurantes, compañías de transportes, etc.”*
- *“Recursos naturales: parques y espacios naturales, playas, etc.”*
- *“Recursos culturales: legado histórico, monumentos, museos, etc.”*
- *“Infraestructura: aeropuertos internacionales, AVE, autovías, etc.”*

2. ¿A qué segmentos de turistas se dirige Andalucía como destino turístico?

“A todos los segmentos posibles: familias, individual, mayores, jóvenes, etc.”

- 2.1 ¿Cree que se dirige a algún segmento en mayor medida que a otros? ¿Por qué?

“Sobre todo a familias y pequeños grupos de amigos, parejas, etc.”

- 2.2 ¿Hay algún segmento de consumidores que este menos atendido?

“Quizás familias grandes con hijos. “

3. ¿Qué fortalezas tiene Andalucía como destino turístico?

“Clima, infraestructura, legado histórico-cultural, recursos naturales, gastronomía, hospitalidad, conectividad, etc.”

4. ¿Qué debilidades tiene Andalucía como destino turístico? (Estacionalidad, infraestructuras etc.)

“Estacionalidad, formación en idiomas y poca especialización en algunos sectores, etc.”

5. ¿Cree que en un futuro, Andalucía podrá llegar a ser la Comunidad Autónoma con mayor llegada de turistas extranjeros?

“Si. “

- 5.1 ¿Qué debería realizarse para ello?

“Seguir apostando por la promoción exterior, mayor especialización del destino, mejor formación en idiomas, redes sociales, etc.”

6. ¿Debería Andalucía tomar ejemplo de otras Comunidades a la hora de elaborar planes turísticos?

“Siempre debe fijarse en los que lo hacen bien y también aprovecharse de los errores del resto. Naturalmente también debe fijarse en otros destinos turísticos extranjeros competidores o no, sobre todo los que son referencia a nivel mundial. “

7. ¿Qué iniciativas considera usted que debería llevarse a cabo Andalucía para que su turismo no estuviera tan concentrado en una tipología turística como es la de sol y playa o la cultural?

“Atraer nichos de mercados desestacionalizadores, como golf, congresos, grandes eventos, etc. Potenciar la promoción segmentada. “