

TRABAJO FIN DE GRADO

UNIVERSIDAD A DISTANCIA DE MADRID

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES**

GRADO EN EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

**“EL FUTURO DEL TURISMO EN ANDALUCIA: RETOS EN
LA ERA POST-COVID”**

Emilio Moreno Fernández

DIRECTOR: Ana Belén Bastidas Manzano

CURSO ACADÉMICO 2020 - 2021

FECHA: Junio de 2021

RESUMEN.....	3
ABSTRACT.....	3
1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1. OBJETIVOS.....	5
1.2. METODOLOGÍA.....	6
2. SITUACIÓN DEL TURISMO EN ANDALUCÍA.....	7
2.1. IMPACTO DEL COVID-19.....	7
2.2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO EN ANDALUCÍA. EL PLAN GENERAL DE TURISMO SOSTENIBLE DE ANDALUCÍA, HORIZONTE 2020.....	8
2.2.1. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN ANDALUCÍA.....	10
2.2.2. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS EN ANDALUCÍA.....	11
3. MARCO ESTRATÉGICO DEL TURISMO ANDALUZ: “PLAN META 2027”.....	17
3.1. ELABORACIÓN DEL PLAN META 2027.....	17
3.2. NUEVO MODELO DE GESTIÓN DEL TURISMO ANDALUZ.....	22
3.3. TIPOS DE TURISMO DE ANDALUCÍA.....	25
3.3.1. TURISMO DE SOL Y PLAYA.....	27
3.3.2. TURISMO DE CRUCEROS.....	29
3.3.3. TURISMO URBANO.....	30
3.3.4. TURISMO RURAL.....	32
3.3.5. TURISMO CULTURAL.....	33
3.3.6. TURISMO DEPORTIVO.....	35
3.3.7. TURISMO MICE.....	38
3.3.8. TURISMO DE CINE.....	39
3.3.9. TURISMO DE NATURALEZA.....	40
3.3.10. OTROS TIPOS DE TURISMO Y TENDENCIAS.....	42
3.4. PAPEL DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL TURISMO DURANTE LA PANDEMIA Y EN EL FUTURO.....	43
3.5. SELLOS Y PRODUCTOS DISTINTIVOS PARA HACER DEL TURISMO ANDALUZ UNA MARCA DE SEGURIDAD Y CALIDAD.....	46
4. CONCLUSIONES.....	51
BIBLIOGRAFÍA.....	54
ANEXOS.....	70

IMAGEN 1.....	10
IMAGEN 2.....	11
IMAGEN 3.....	12
IMAGEN 4.....	12
IMAGEN 5.....	13
IMAGEN 6.....	13
IMAGEN 7.....	14
IMAGEN 8.....	15
IMAGEN 9.....	16
IMAGEN 10.....	19
IMAGEN 11.....	23
IMAGEN 12.....	26
IMAGEN 13.....	29
IMAGEN 14.....	39
IMAGEN 15.....	45
IMAGEN 16.....	48
IMAGEN 17.....	49
TABLA 1	5
TABLA 2	18
TABLA 3	24

RESUMEN

El año 2020 ha supuesto un punto de inflexión en muchos sectores de la economía, siendo el turismo especialmente afectado por el duro golpe que ha supuesto la pandemia del COVID-19.

Andalucía, como región cuya economía depende altamente del turismo, no ha sido ajena a este panorama, habiendo sufrido un descenso dramático en sus cifras turísticas.

Sin embargo, es interesante cómo se han llevado a cabo medidas para lidiar con la situación, por parte de las administraciones y los sectores empresariales para minimizar el impacto que se sabía que se iba a sufrir.

Este proyecto de investigación pretende analizar cómo el COVID-19 puede haber supuesto un acelerador de cambios que se venían produciendo o que eran necesarios en el turismo de Andalucía, además de servir como impulsor para la implantación de medidas para el turismo del futuro en la región.

Palabras claves: turismo, Andalucía, COVID-19, turismo post-covid, pandemia, diversificación, sostenibilidad, seguridad.

ABSTRACT

The year 2020 has been a turning point in many sectors of the economy, with tourism being particularly affected by the severe blow caused by the COVID-19 pandemic.

Andalusia, as a region whose economy is highly dependent on tourism, has not been immune to this panorama, having suffered a dramatic decrease in its tourism figures.

However, it is interesting how measures have been carried out to deal with the situation, by the administrations and the business sectors to minimize the impact that was known to be suffered.

This research project aims to analyze how COVID-19 may have been an accelerator of changes that had been taking place or were necessary in Andalusia tourism, in addition to serving as a driver for the implementation of measures for future tourism in the region.

Keywords: tourism, Andalusia, COVID-19, post-covid tourism, pandemic, diversification, sustainability, security.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores de la economía de mayor importancia en el mundo, España y en Andalucía. Hasta el año 2019 estaba en constante crecimiento anual, tanto en el número de turistas como de ingresos. Crisis como la de los atentados del 11 de septiembre de 2001 o la crisis económica mundial de 2008 solo fueron pequeños baches en una evolución ascendente que parecía imparable; así en 2019 se registraron 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales y las previsiones de la Organización Mundial del Turismo (a partir de ahora, OMT) eran de 1.800 millones para el año 2030.

Sin embargo, la pandemia mundial del COVID-19¹ que sufrimos desde principios del año 2020 ha supuesto un impacto negativo para el turismo de cifras devastadoras, según los datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel & Tourism Council, a partir de ahora, WTTC): pérdida de ingresos de 3,82 billones de euros, de representar el 10,4% del PIB mundial, el turismo pasó a suponer el 5,5%.

España, como el segundo país que recibe mayor número de turistas (según la OMT, 2019), y Andalucía, dentro de España la cuarta región más visitada [según el Instituto Nacional de Estadística (a partir de ahora, INE), 2019], no han sido ajenas a esta caída del turismo, habiendo tenido que tomar medidas para minimizar los daños sufridos.

Teniendo en cuenta la incertidumbre del momento, parece lógico pensar que para conseguir ser competitivos en cualquier sector, incluyendo el turismo, es necesario adaptarse al nuevo entorno, pensando no sólo en la coyuntura actual sino en los cambios que ya se iban vislumbrando antes de la pandemia y que ésta puede servir de aceleradora de los mismos.

Andalucía es una región con suficientes fortalezas para poder ser competitiva en el turismo del futuro si se asimila que no estamos en una época de cambios, sino en un cambio de época.

¹ Enfermedad causada por el coronavirus SARS-CoV-2 [Organización Mundial de la Salud (a partir de ahora, OMS), 2020] <https://www.who.int/es/news-room/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>

1.1. OBJETIVOS

El objetivo general de este Trabajo de Fin de Grado (a partir de ahora, TFG) del Grado de Empresas y Actividades Turísticas es analizar cómo Andalucía puede y debe afrontar un cambio de modelo del turismo de masas a un turismo de valor añadido².

Los objetivos específicos a tratar serán:

- La evolución del turismo en Andalucía, sobre todo en lo que se refiere a la oferta turística, desde el año 2013 hasta el 2019. Trataremos de ver si el modelo turístico andaluz, que es un producto maduro, se ha desarrollado hacia objetivos como la diversificación, sostenibilidad y desestacionalización, o si por el contrario corre peligro de estancamiento o saturación.
- Analizar los turismos alternativos al turismo masificado, como el turismo de litoral, como opciones para un modelo turístico más sostenible y diversificado.
- Profundizar en el papel relevante que jugarán las nuevas tecnologías en la experiencia turística del futuro a nivel a nivel de agilización de trámites, seguridad, etc.
- Investigar la importancia que pueden tener sellos y distintivos que den un valor de marca “Andalucía” a los productos turísticos andaluces, que transmitan al turista una sensación de calidad y seguridad.

TABLA 1

OBJETIVO GENERAL	
Analizar la conveniencia de un cambio de modelo de turismo masificado a un turismo de valor añadido para los años venideros	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
Estudiar la evolución del turismo en Andalucía en los últimos años	Turismos alternativos al turismo de masas
Papel que deben jugar las nuevas tecnologías en el turismo durante la pandemia y en el futuro	Sellos y productos distintivos andaluces para hacer del turismo andaluz una marca de calidad

Fuente: Elaboración propia

² La expresión de un turismo de valor añadido está inspirada en una de las oportunidades del documento de “Síntesis del documento de diagnóstico. Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía, Plan META 207”, que habla de la oportunidad de un cambio de modelo de negocio basado en el volumen a uno que apueste por el valor añadido. https://planmeta2027.turismoandaluz.com/sites/default/files/2020-10/borrador_resumen_ejecutivo_plan_meta_2027.pdf En este TFG se refiere a tipos de turismo diferentes al de masas como el litoral, y que sean más sostenibles y menos estacionales.

1.2. METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo de revisión de la literatura sobre el turismo en Andalucía durante la pandemia y en la época post-covid, se ha realizado una exhaustiva búsqueda de los recursos disponibles en la Red sobre dicha materia. Debido a la temática de este trabajo de investigación, ha sido complicado encontrar publicaciones académicas que a la fecha hayan estudiado los efectos directos de la COVID-19 en el turismo y en concreto en la región de Andalucía. Además, estamos ante una pandemia sin apenas precedentes en el turismo, por lo que cualquier reflexión y recomendaciones de actuación estarán siempre limitadas al desarrollo de la crisis sanitaria.

En lo que se refiere a los datos estadísticos las fuentes principales han sido las bases de datos de la Junta de Andalucía, que dispone de una abundante información en sus webs institucionales, sobre todo el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (a partir de ahora, IECA).

Para la exposición de la situación actual del turismo en Andalucía, en lo que se refiere a las medidas tomadas para afrontar la pandemia del coronavirus, y el cambio a un modelo de turismo de valor añadido; las fuentes consultadas han sido trabajos y artículos académicos sobre las nuevas tecnologías y el turismo, la documentación que hay sobre la elaboración del nuevo Plan Estratégico de Turismo de Andalucía “Plan META 2027”, y todas las noticias y artículos de prensa relacionadas con el asunto tratado (Bono Turístico Andaluz, Sello Andalucía Segura, etc.).

2. SITUACIÓN DEL TURISMO EN ANDALUCÍA

En este epígrafe expondremos la coyuntura turística de Andalucía, analizando su planificación estratégica y su mercado desde la perspectiva de la demanda y la oferta.

Pero antes ahondaremos sobre lo que es el COVID-19 y el impacto que ha tenido en el turismo.

2.1. IMPACTO DEL COVID-19

La pandemia del COVID-19 ha supuesto un impacto sin precedentes en la historia de la humanidad, cuyas consecuencias negativas a varios niveles (sanitarios, sociales y económicos) aún no se pueden cuantificar con exactitud, pero que parece evidente que llevarán varios años para poder superar las secuelas que van a quedar una vez que se supere este período que estamos viviendo.

El coronavirus SARS-CoV-2 es un nuevo tipo de coronavirus que puede afectar a las personas, causando la enfermedad denominada COVID-19, y que se detectó por primera vez en diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei, en China que informó a la OMS de una serie de graves problemas respiratorios en un grupo de 27 personas.

El 13 de enero de 2020 se detectaron los primeros casos del virus fuera de China, concretamente en Tailandia y Japón.

El 24 de enero se confirman los primeros casos europeos en Francia, identificándose el primer caso en España el 31 de enero en La Gomera.

Italia fue el primer país occidental que decretó el confinamiento total en su territorio debido a la rápida propagación del virus, pasando en dos semanas de 1 muerto a 363 y de 16 contagiados a 6.000 (ABC, 2021).

El 11 de marzo la Organización Mundial de la Salud (a partir de ahora, OMS) declara la situación del COVID-19 como pandemia global. En las siguientes fechas el virus culminaría su expansión a nivel mundial alcanzando al continente americano y a África.

Entre las formas que tienen los Gobiernos de las naciones para combatir el coronavirus, hasta que se consiga vacunar a un 70% de la población, es restringiendo la movilidad de las personas con medidas como el cierre de las fronteras de los países o el confinamiento de las regiones autóctonas con mayor incidencia epidemiológica.

Dichas medidas tienen un impacto dramático para la actividad turística, como ya se pudo ver durante el año 2020. A nivel mundial la aportación del turismo al PIB mundial cayó a la mitad (del

10,4% del PIB mundial pasó a un 5,5%) y se perdieron más de 62 millones de puestos de trabajo turísticos (Informe de WTTC), 2021), España perdió 64 millones de turistas extranjeros y 72.500 millones de euros, el peor dato desde 1969 [Encuesta de movimientos turísticos en fronteras (a partir de ahora, FRONTUR) 2021] y Andalucía, cuyas previsiones eran de que iba a ser su mejor año de la serie histórica, sufrió una caída del 77,5% respecto al número de turistas que recibió en 2019 (ABC de Sevilla, 2021).

A pesar de que gracias a la vacunación esta emergencia sanitaria se irá paliando, es imprevisible lo que puede pasar en el futuro con posibles mutaciones que sean resistentes a las vacunas o la aparición de otra pandemia, por lo que, ahora más que nunca, la planificación estratégica del turismo es imprescindible para la competitividad del mismo.

2.2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO EN ANDALUCÍA. EL PLAN GENERAL DE TURISMO SOSTENIBLE DE ANDALUCÍA, HORIZONTE 2020

La Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía, en su artículo 71 dice que le corresponde a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo en su territorio.

La normativa a través de la cual desarrolla dicha competencia es la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía.

Para la ordenación de los recursos turísticos de la región, dicha Ley en su artículo 11 contempla la figura del Plan General del Turismo, que es el instrumento con el que la Junta de Andalucía define la misión, la visión y los objetivos de un determinado período temporal en lo que al sector turístico andaluz se refiere. El Plan General del Turismo es el marco de referencia estratégico para los demás planes turísticos, tanto regionales como locales, y para las políticas turísticas en general.

Actualmente, el organismo encargado de impulsar y elaborar los Planes Generales de Turismo de Andalucía es la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., ente público, con la figura jurídica de sociedad mercantil del Sector Público Andaluz, dependiente de la actual Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local.

El último Plan General de Turismo publicado fue el “Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020” (a partir de ahora, PGTS), que, inicialmente, abarcaba el período de 2014-2020.

En el mencionado PGTS ya se abordaban objetivos como la calidad, las nuevas tecnologías, sostenibilidad y desestacionalización del turismo andaluz, que a raíz de la coyuntura actual parecen más necesarios que nunca:

- *Lucha contra la estacionalidad, que es una de las mayores debilidades de la actividad turística.*
- *Andalucía, como destino turístico de excelencia a nivel mundial, debe aspirar a ser competitiva a través de la innovación y la calidad de sus servicios.*
- *Fomentar la creación y desarrollo de productos y rutas turísticas que contribuyan a la desestacionalización de la demanda.*
- *Generalizar el uso de las nuevas tecnologías en el turismo, apoyando la investigación y la innovación.*
- *Lograr la excelencia y la calidad total del destino turístico andaluz, como factor diferenciador frente a otros destinos competidores.*

El propósito de este epígrafe es analizar con las estadísticas y los estudios que se van a exponer si se han conseguido materializar dichos retos o si por el contrario aún hay margen para su implementación para el cambio de modelo del turismo andaluz a un turismo de valor añadido, ya que algunas de las líneas estratégicas del PGTS irían en consonancia con dicho propósito:

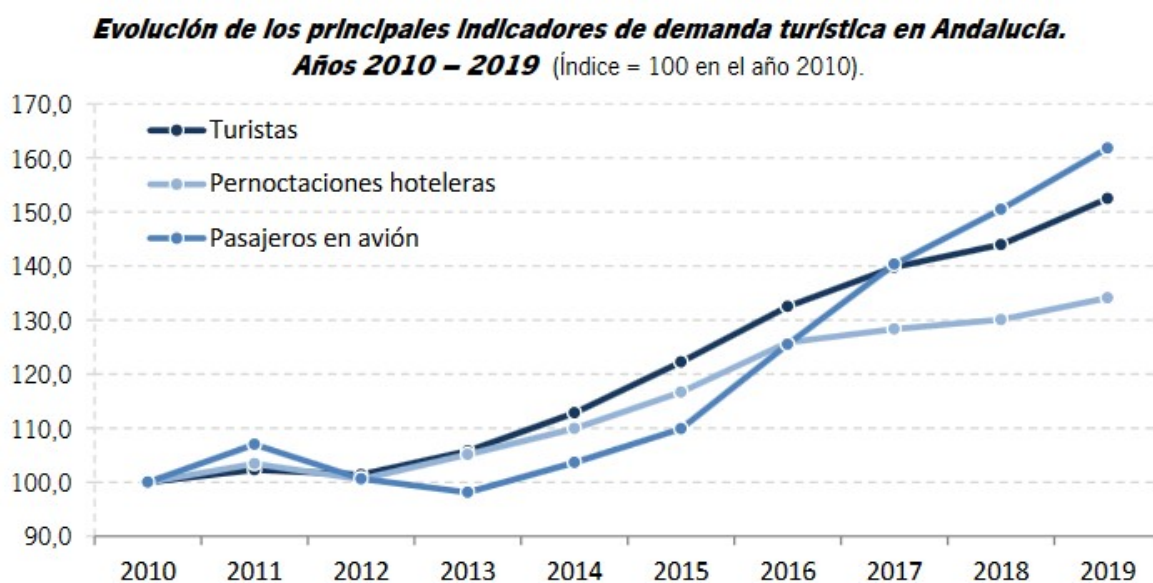
- *“Gestión de la estacionalidad turística”: fomentar y desarrollar aquellos segmentos y productos turísticos coherentes con esta estrategia.*
Realizar de forma coordinada la promoción y comercialización de Andalucía también como un destino fuera de temporada, fomentando los viajes combinados en el conjunto del territorio andaluz.
- *“Refuerzo de la marca Andalucía”: la imagen de marca de Andalucía debe asociarse a un referente de turismo de calidad.*
- *“Andalucía; destino turístico de excelencia”: Andalucía debe desarrollar un modelo turístico que apueste por la búsqueda permanente de la calidad total, con el objetivo de consolidar cara al futuro su actual posición como destino turístico de excelencia.*
- *“Innovación y competitividad turística”.*

Para el análisis estadístico acudiremos a las estadísticas del PGTS y al “Balance del año turístico en Andalucía” en 2019, ambos publicados por la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.

2.2.1. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN ANDALUCÍA

En este sub-epígrafe analizaremos la evolución de la demanda del turismo en Andalucía, con el objeto de investigar como ha sido el crecimiento del turismo extranjero y nacional en la región.

IMAGEN 1



Fuente: Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (a partir de ahora, SAETA), Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (a partir de ahora, ECTA), Encuesta Ocupación Hotelera (INE) y AENA

Para poner en contexto el crecimiento de la demanda turística en Andalucía, en el año 2013 recibió un total de 22,4 millones de turistas (ECTA, 2014) mientras que en 2019 llegaron 32,5 millones de turistas (ECTA, 2020), lo que supone el mayor nivel de demanda alcanzado en la serie estadística histórica de la región. Porcentualmente esto supone un crecimiento del 45,09% en un periodo de 7 años.

Según datos de SAETA, desde hace muchos años y hasta 2019 las tres principales razones por las que los turistas escogen Andalucía para disfrutar de las vacaciones son el clima, las visitas a monumentos y las playas. El turismo de sol y playa así como el turismo cultural son segmentos turísticos con alto protagonismo en Andalucía, destacando especialmente la relevancia que en los últimos años ha tenido el turismo cultural (Balance del año turístico en Andalucía, 2019).

8,2 millones de extranjeros fueron los que visitaron Andalucía en el año 2013 (ECTA, 2014) por 12,7 millones en el año 2019 (crecimiento de 54,90% en 7 años); mientras que los turistas españoles

fueron 14,3 millones en 2013 por algo más de 19,8 millones en 2019 (crecimiento de 38,46% en 7 años). Sin embargo, cabe destacar que en 2019 el turismo español creció más que el extranjero debido a factores como la incertidumbre generada por el Brexit, la caída de Thomas Cook, la recuperación de los destinos mediterráneos competidores o la debilidad económica de Alemania (ECTA, 2020)

Hay que destacar este último punto, ya que, como veremos más adelante en el análisis del año 2020, el turismo nacional ha sido el principal garante del turismo en Andalucía y es el principal público objetivo para el reto de conseguir un modelo de turismo de valor añadido.

2.2.2. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS EN ANDALUCÍA

En este apartado analizaremos la evolución de la oferta alojativa turística andaluza y su distribución en las provincias de la comunidad.

IMAGEN 2

Total de plazas de alojamiento en los establecimientos turísticos de Andalucía.
Año 2013.

TOTAL OFERTA ALOJAMIENTO	TOTAL		INTERIOR		LITORAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
ALMERÍA	396	50.360	120	3.843	276	46.517
CÁDIZ	732	73.602	230	12.700	502	60.902
CÓRDOBA	420	17.983	420	17.983	0	0
GRANADA	753	51.507	662	39.114	91	12.393
HUELVA	326	46.991	191	3.603	135	43.388
JAÉN	435	17.565	435	17.565	0	0
MÁLAGA	1.207	142.146	493	15.082	714	127.064
SEVILLA	555	38.433	555	38.433	0	0
TOTAL	4.824	438.587	3.106	148.323	1.718	290.264

Fuente: Consejería de Turismo y Deporte a partir del Registro Estadístico de Turismo de Andalucía, 2013

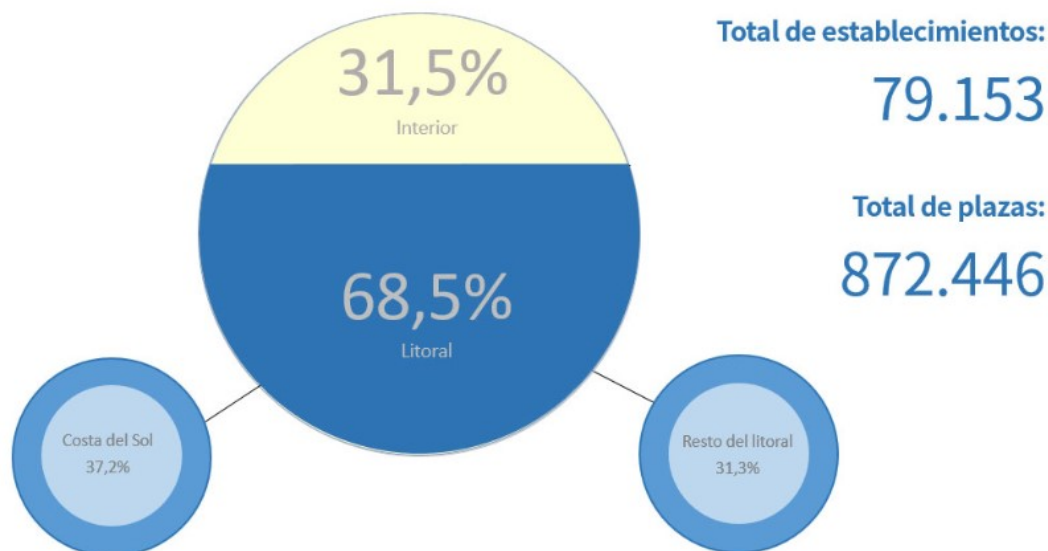
El análisis del alojamiento turístico andaluz por territorios permite diferenciar tres grandes zonas en Andalucía: el interior, el litoral y, dentro de éste, la Costa del Sol.

Como podemos ver en la tabla, el 66,18% de los alojamientos correspondían al turismo de litoral (2 de cada 3 plazas), de los que el 28,97% eran de la Costa del Sol (Málaga) y el 37,21% del resto del litoral andaluz.

Los alojamientos de interior eran el 33,82% y cabe destacar que el 17,68% de la oferta se concentra entre las provincias de Granada y Sevilla (77.547 plazas).

IMAGEN 3

Distribución de las plazas de alojamiento turístico en Andalucía. Año 2019.



Fuente: Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2019

IMAGEN 4

Total de plazas de alojamiento en los establecimientos turísticos de Andalucía. Año 2019.

TOTAL OFERTA ALOJAMIENTO	TOTAL		INTERIOR		LITORAL	
	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS	Nº	PLAZAS
ALMERÍA	6.191	82.993	565	6.952	5.626	77.367
CÁDIZ	12.452	142.265	1.779	21.679	10.673	120.586
CÓRDOBA	2.286	29.090	2.286	29.090	0	0
GRANADA	6.491	86.699	4.973	65.757	1.518	20.942
HUELVA	2.261	60.706	609	6.619	1.652	54.087
JAÉN	1.366	23.537	1.366	23.537	0	0
MÁLAGA	41.280	373.680	5.633	49.088	35.647	324.592
SEVILLA	6.826	72.150	6.826	72.150	0	0
TOTAL	79.513	872.446	24.037	274.872	55.116	597.574

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del "Balance del año turístico en Andalucía en 2019"

El crecimiento de la oferta de alojamientos turísticos de 2013 a 2019 es considerable: de 4.824 alojamientos a 79.513, de 438.587 plazas a 872.446.

Sin embargo, lejos de haber sido un desarrollo diversificado, la oferta porcentualmente ha crecido aún más en el turismo litoral (de 290.264 plazas a 597.574, más del 100% de crecimiento) y concentrándose aún más en la Costa del Sol (del 28,97% al 37,2%).

Y es especialmente llamativa la poca trascendencia que parece tener la Costa Tropical (Granada).

IMAGEN 5



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE, 2019

IMAGEN 6

**Pernoctaciones en establecimientos hoteleros del litoral andaluz.
Distribución por procedencia. Año 2019 y % variación**

Costas Andalucía	Nacionales	% var. 19/18	Extranjeras	% var. 19/18
Costa de Almería	3.652.531	-0,7%	1.614.893	-7,5%
Costa de La Luz (Cádiz)	3.865.629	7,8%	2.978.174	-0,9%
Costa de La Luz (Huelva)	2.582.177	6,5%	1.284.687	5,0%
Costa del Sol (Málaga)	5.259.901	10,9%	13.859.326	-0,5%
Costa Tropical (Granada)	759.207	-3,0%	543.992	0,6%
Total Litoral Andalucía	16.119.445	5,9%	20.281.072	-0,8%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE, 2019

La oferta turística de interior ha crecido considerablemente (de 148.323 plazas se han pasado a 274.872), pero es inferior en términos porcentuales y cuantitativos al crecimiento del litoral. En 2013 la oferta turística litoral era poco más del doble que la del interior, hasta 2019 esta diferencia se ha ido incrementado.

Además, lejos de haberse diversificado la oferta de interior, ésta se ha concentrado aún más en las provincias de Granada y Sevilla (más del 50% de las plazas de interior entre las dos provincias).

Es significativo el crecimiento del número de plazas que ha tenido Málaga, que ha pasado de 15.082 plazas a 49.088, contrastando con el ligero crecimiento de Córdoba y Jaén, cuando estas dos provincias no pueden tener oferta de litoral por ser dos provincias interiores.

A la vista de estos datos, el análisis respecto a la oferta turística andaluza parece claro:

- Falta diversificación de la misma, habiendo un exceso de concentración en ciertas zonas.
- Crecimiento poco sostenible del turismo de litoral en la Costa del Sol, corriendo peligro de saturación.
- El turismo de interior, que debería ser la principal carta para combatir la estacionalidad tan arraigada al turismo de litoral, crece a un ritmo inferior a este último. Además de que no parece que se esté aprovechando el potencial de unas provincias con importantes recursos turísticos como son Córdoba y Jaén.

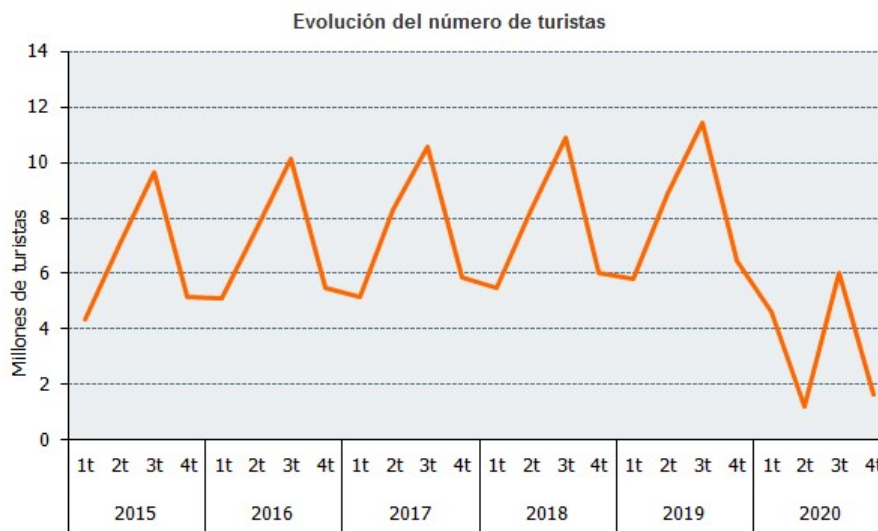
Podemos decir que no se han cumplido algunos de los objetivos del PGTS y que deberán contemplarse en el futuro Plan META 2027, como abordaremos en el tercer epígrafe de este TFG, para conseguir un turismo más sostenible, justo económica y socialmente y de un valor añadido.

2.2.3. TURISMO EN ANDALUCÍA DURANTE LA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS (2020)

En este TFG ya se ha explicado lo que es el coronavirus, su expansión mundial durante el año 2020 y las consecuencias globales que ha tenido para el turismo.

En este sub-epígrafe ahondaremos en las consecuencias que ha supuesto esta pandemia en Andalucía, analizando las estadísticas del turismo en Andalucía durante el año 2020.

IMAGEN 7

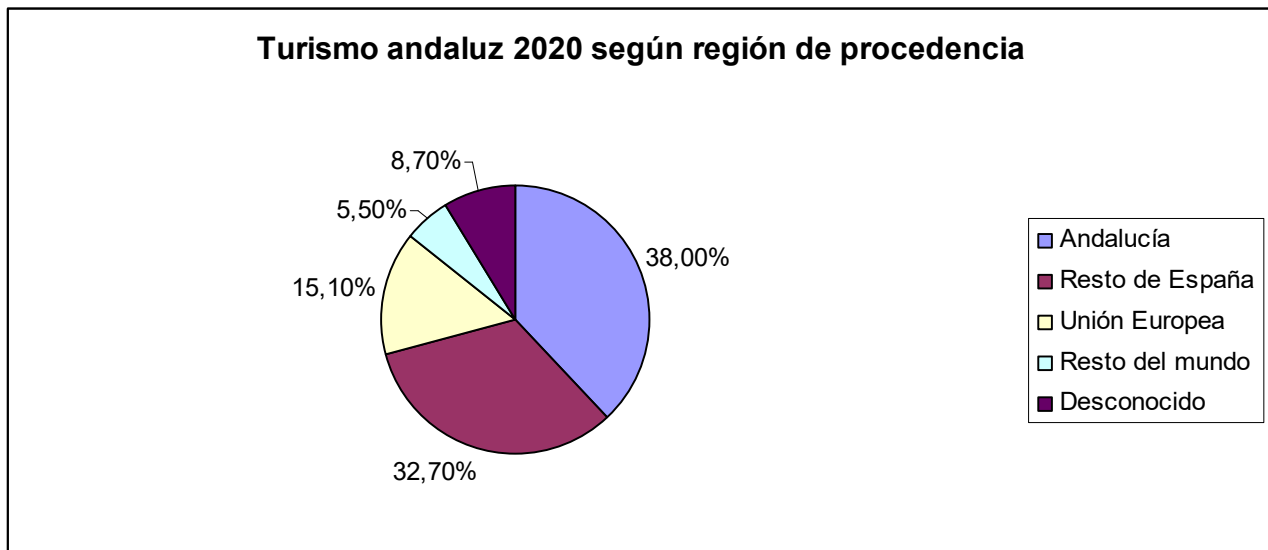


Fuente: IECA, 2020

En números globales, durante 2020 Andalucía fue visitada por 13,4 millones de turistas, lo que supone una caída del 59% respecto a 2019 año en el que se llegó al máximo histórico de 32,5 millones de turistas.

Llegaron 2,7 millones de turistas extranjeros lo que supuso 9,3 millones menos que en 2019, lo que provocó unas pérdidas de 9.523 millones de euros, según la Estadística de Movimientos Turístico en Fronteras (FRONTUR, 2021).

IMAGEN 8

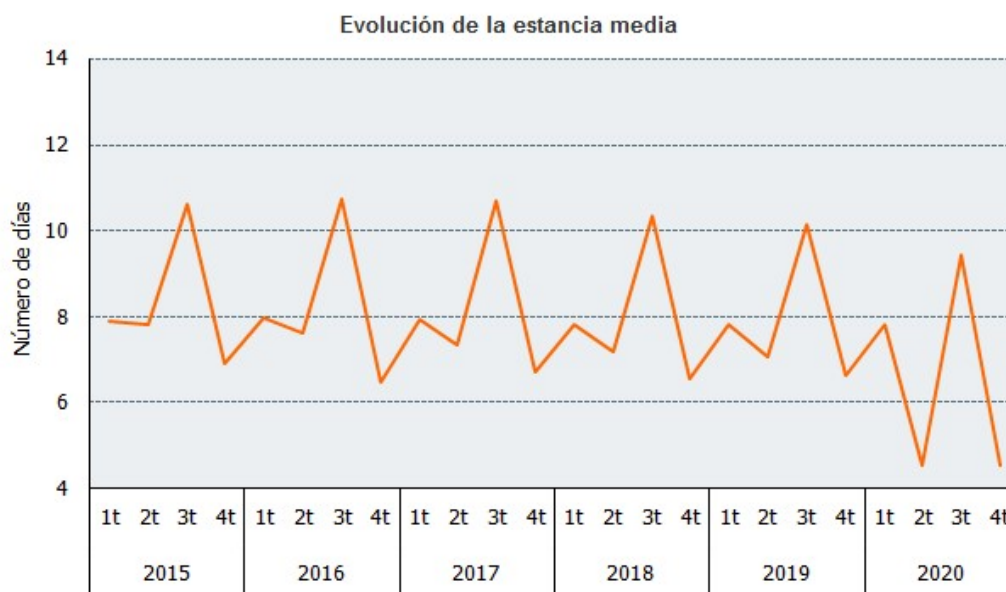


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ECTA 2020

De esos 13,4 millones de turistas el 38% fueron andaluces y el 32,7% del resto de España lo que supondría unos 9,5 millones de turistas.

Hay unos ligeros desajustes en las cifras expuestas debido a que hay un 8,7% de turistas de los cuales no consta su procedencia debido a la falta de información en el segundo trimestre de 2020 por culpa de la pandemia.

IMAGEN 9



Fuente: IECA, 2020

En esta gráfica podemos ver una clara caída de la estancia media, cosa que se explica sobre todo porque los turistas nacionales suelen tener estancias más cortas que los extranjeros. Así la estancia media de 2020 se situó en 7,9 días, un 4,0% menos que el año anterior.

También hubo un descenso del gasto medio diario, 63,6 euros por persona, un 5,8% inferior a la de 2019. Este dato también se explica por la fuerte caída del turismo extranjero, cuyo gasto diario en 2020 fue de 81,9 euros.

Como podemos ver tras el análisis de este sub-epígrafe, el turismo nacional ha sido el que ha evitado una caída aún más fuerte del turismo en Andalucía.

En el próximo epígrafe abordaremos los cambios que se vienen produciendo y que están por venir para el cambio del modelo de turismo en Andalucía.

También se expondrán propuestas para una diversificación de la oferta turística andaluza.

3. MARCO ESTRATÉGICO DEL TURISMO ANDALUZ: “PLAN META 2027”

En este epígrafe expondremos cómo ha sido la elaboración del Plan META 2027, el cual será el instrumento básico y esencial para la ordenación de los recursos turísticos de Andalucía durante el período 2021-2027, erigiéndose en plan de planes, de manera que en él se integren las distintas estrategias de planificación en materia turística.

Posteriormente entraremos en lo que debe ser el nuevo modelo de gestión del turismo andaluz, profundizando en la sostenibilidad y la desestacionalización del turismo. Veremos los distintos tipos de turismo que expone el Plan, ahondando en aquellos alternativos al turismo de masas y en aquellos destinos con un alto valor por explotar y que han sido infrutilizados hasta ahora.

Luego analizaremos la importancia de las nuevas tecnologías en la era COVID-19 y en el turismo del futuro.

Para concluir hablaremos de la importancia de los productos de atracción y seguridad (Bono Turístico, Andalucía Segura, etc.) para un turismo andaluz de marca y que transmita seguridad y confianza al turista.

3.1. ELABORACIÓN DEL PLAN META 2027

Estaba previsto que el Plan META 2027 hubiera sustituido al, actualmente vigente, PGTS durante el año 2020; los trabajos para la redacción y tramitación del Plan META 2027 se iniciaron en 2018 y el primer borrador del Decreto que debía aprobar dicho Plan data del 25/11/2019.

La pandemia del COVID-19 ha obligado a un cambio radical en las premisas del Plan, que se había empezado a redactar partiendo de un escenario de crecimiento sostenido del sector turístico andaluz, y ha debido adaptarse al entorno actual marcado por la desaceleración económica y la incertidumbre.

Así, por Acuerdo de 5 de mayo de 2020, del Consejo de Gobierno, se aprobó la formulación del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027, fijando unos objetivos estratégicos, cuya concreción debía realizarse durante el proceso de elaboración del Plan.

TABLA 2

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN META 2027	
Restablecer y reforzar la posición estratégica del turismo en Andalucía para la creación de riqueza de forma equilibrada en el territorio, sobre los pilares de la sostenibilidad global, la calidad integral, la innovación y la distribución equitativa de las cargas y los beneficios, tanto económicos como sociales, derivados de la actividad turística.	Orientar la oferta de productos turísticos hacia la inclusividad, la diversidad, la accesibilidad, la excelencia, la desestacionalización y el respeto al medio ambiente, al territorio y a la población local, de forma que se fomente la competitividad y la sostenibilidad, partiendo de un modelo de promoción turística de vanguardia que aproveche el potencial de la marca Andalucía.
Estimular el talento, la productividad y la equidad en el sector a través de mejoras en la formación académica y profesional y el impulso de un empleo cualificado y estable, adaptando la actividad turística al entorno de transformación tecnológico y digital, y asegurando la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.	Fomentar el turismo de experiencias y propiciar la complementariedad y la redistribución territorial y temporal de los flujos aprovechando el valor y la diversidad del capital material, inmaterial y digital del territorio andaluz.
Intensificar la cooperación interadministrativa, la colaboración público-privada y el empoderamiento social, articulando mecanismos de gobernanza abierta y participativa, y apostando por un modelo de convivencia entre residentes y visitantes.	

Fuente: Acuerdo de 5 de mayo de 2020, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la formulación del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027

Posteriormente, se prorrogó el PGTS por Orden de 12 de noviembre de 2020 de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, hasta que entre en vigor el nuevo Plan META 2027.

Así, para abordar la elaboración del Plan META 2027, la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia, y Administración Local puso en marcha una completa estrategia de participación de los principales actores públicos (sector público provincial y autonómico, universidades, etc.), mixtos y privados (empresarios, asociaciones empresariales, etc.) del sector turístico andaluz para el diseño y ejecución del mismo.

Para ello se abrió una página web específica para recibir propuestas durante todo el proceso de elaboración del Plan. <https://planmeta2027.turismoandaluz.com/>



A través de dicha página web cualquier interesado podía apuntarse a alguna de las jornadas provinciales que se celebraron durante los meses de septiembre y octubre de 2020, cuyo objetivo principal fue el de compartir con los principales actores e instituciones sociales que conforman los destinos turísticos el diagnóstico inicial sobre la situación del turismo en Andalucía, para obtener su visión y respuestas sobre la priorización de los problemas detectados, limitaciones, riesgos, capacidades y potencialidades.

Otro momento clave en la concertación con el sector fue la celebración en Córdoba del Congreso Andaluz de Turismo Plan META 2027, que reunió a más de 80 representantes clave del sector turístico andaluz, estando dirigido a actores de ámbito autonómico, tanto público como privado. Este encuentro contó con la participación de ponentes de reputado prestigio nacional e internacional que trataron aspectos claves del Plan META, como la sostenibilidad, la gobernanza, la Agenda 2030 y el marketing.

En dicho Congreso se presentaron las 7 líneas claves del Marco Estratégico de Turismo de Andalucía y las consideraciones a incorporar en el desarrollo del plan de recuperación del sector turístico en los próximos años.

IMAGEN 10

1 Hacia un nuevo modelo de gestión

-  ▶ Buscar “una forma mejor de hacer las cosas”.
-  ▶ Comprometidos con una **nueva forma de actuar**: grado de **responsabilidad** recíproco en la sociedad andaluza para defender la **sostenibilidad** como factor de competitividad, argumentada en **criterios de calidad** como **elemento de identidad**.
-  ▶ Uno de los hilos argumentales en el desarrollo de este documento lo constituye la **gobernanza participativa**.
 - Garantías de participación abierta y libre en la toma de decisiones sobre el futuro del destino turístico.
 - Mecanismos que permitan el contacto directo y continuo con el tejido empresarial.

2 Apuesta por la sostenibilidad y la cohesión territorial como ejes claves para mejorar la competitividad del destino



► Es necesario **actualizar la mirada sobre el territorio** y hacerlo en clave de **sostenibilidad** y de **cohesión** como conceptos complementarios.



► La administración debe encaminarse hacia la implantación y consolidación de un modelo de gestión en el que se priorice la **protección ambiental**.



► Fomentar modelos de **consumo responsable** apostando por productos locales que basen su producción en **formas tradicionales** y respetuosas con el medio ambiente.



► Transformación hacia **espacios turísticos humanizados, inclusivos y resilientes**.



► **Equilibrar los flujos turísticos** en el tiempo y en el espacio, atendiendo especialmente a zonas deprimidas económicamente.

3 Desarrollo del conocimiento: Formación y Empleo



► Objeto: incrementar la **cualificación** del sector y alcanzar **estabilidad en el empleo**.



► Que conecte las **necesidades empresariales** con el **ámbito educativo** a través de una oferta formativa especializada, que favorezca la inserción laboral, especialmente de los jóvenes, y fomente la cultura emprendedora.

4 Innovación y tecnología en el turismo



► La administración andaluza está obligada a impulsar la **cultura tecnológica** en el turismo como **factor de calidad y de competitividad**.



► Especialmente, prestando **apoyo al tejido empresarial** turístico.

5 Marketing turístico



► Generar un nuevo modelo turístico debe complementarse con un sólido y potente programa de **promoción turística integral**.



► Conseguir la implantación de una **estrategia de comunicación** efectiva donde se produzca un **feedback continuo** entre administración, tejido empresarial, sociedad y destinos.



► Apostar firmemente por introducir los parámetros de calidad, sostenibilidad y seguridad en la **imagen de destino**.



► Comercialización bajo criterios de implantación de **TICs** que supongan un avance en el **crecimiento competitivo** para el destino Andalucía.

6 Gestión de la Estacionalidad: Abierto 365 días al año



► Aprovechamiento de los **valores intrínsecos y exclusivos** que ofrece el **territorio**, ofreciendo al visitante el disfrute de **experiencias singulares y únicas**.



► Se propiciarán **experiencias turísticas** que articulen el territorio a través de las señas de **identidad andaluza**, potenciando aquellos recursos que posibiliten la atracción de **visitantes a lo largo de todo el año**.



► El concepto de **creación de producto** ayudará al desarrollo e **interrelación del territorio** y a generar **vínculos** entre **segmentos estratégicos** en los destinos.

7 Plan Post Covid-19



► En previsión de nuevas situaciones que puedan afectar al sector turístico, se requiere el desarrollo de un **plan estratégico de actuación transversal** post-covid 19, que incorpore protocolos, medidas urgentes y programas de contingencia para un desarrollo lo más normalizado posible **ante una situación adversa**.

Fuente: Síntesis del documento de diagnóstico, Plan General de Turismo Sostenible, Plan META 2021-2027

Destacar que el Plan ha sido elaborado para que sea coherente con la Estrategia Andaluza de Desarrollo Sostenible 2030 (a partir de ahora, EADS 2030), instrumento orientador de las políticas públicas y privadas hacia un tipo de desarrollo socioeconómico que considere de forma integrada la

prosperidad económica, la inclusión social, la igualdad de género y la protección ambiental. Dicho instrumento está alineado, a su vez, con los objetivos y metas de la Agenda 2030, plan de acción impulsado por la Organización de Naciones Unidas (a partir de ahora, ONU) para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (a partir de ahora, ODS) que persiguen la erradicación de la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos.

Asimismo, el Plan META 2027 es plenamente coherente con la Estrategia de Turismo Sostenible 2030 del Gobierno de España, la agenda nacional de turismo para afrontar los retos del sector en el medio y largo plazo.

El 27 de abril de 2021 se publicó en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (a partir de ahora, BOJA) Resolución de 19 de abril de 2021, de la Secretaría General para el Turismo, por la que se somete a información pública el proyecto de Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027; dando un plazo de 15 días hábiles, a partir del día siguiente a su publicación, para posibles alegaciones al Borrador del Plan. Es decir, el Plan aún está en fase de tramitación, pero entrará en vigor en fechas próximas.

3.2. NUEVO MODELO DE GESTIÓN DEL TURISMO ANDALUZ

Uno de los objetivos planteados en este TFG era comprobar si el turismo andaluz había conseguido evolucionar en el periodo de vigencia del PGTS Horizonte 2020 hacia un modelo en el que hubiera más diversificación, sostenibilidad y desestacionalización; ya que este debería ser el camino a seguir en un producto turístico maduro como el andaluz para evitar su estancamiento y posterior declive.

A tenor de los datos expuestos en el epígrafe 2 de este TFG, podemos decir que no se ha conseguido una diversificación de la oferta turística, tanto en lo que se refiere al tipo de producto (crecimiento mayor del turismo de sol y playa en comparación con los otros tipos de turismo como el rural, que han crecido pero menos en términos cuantitativos) como a los destinos (aumento de la concentración de oferta de alojamientos de sol y playa en Málaga, y del turismo de interior en Sevilla y Granada).

Y de acuerdo con los resultados, a nivel de Andalucía, de una encuesta que se hizo a los asistentes a los encuentros de las I Jornadas Provinciales para la elaboración del Plan META 2027, tampoco se han conseguido grandes avances en la sostenibilidad y la estacionalidad, ya que ambas cuestiones constan como los dos primeros problemas principales detectados tras los análisis estadísticos y diagnósticos estratégicos inicialmente realizados en el plan.

5. Principales problemas detectados (Andalucía)

Se pidió a los encuestados priorizar 3 de entre los principales problemas detectados tras los análisis estadísticos y diagnósticos estratégicos inicialmente realizados en el plan. Estos fueron los resultados:

Gestión de la sostenibilidad integral	56%
Estacionalidad	55%
Profesionalización/ profesionalidad baja	50%
Inestabilidad y baja calidad del empleo turístico	46%
Falta de acceso y uso de las nuevas tecnologías	40%
Captación mejorable de la demanda	30%
Escasa innovación	26%

Fuente: Resultados obtenidos durante las I Jornadas Provinciales del Plan Meta 2027

<https://planmeta2027.turismoandaluz.com/resultados/andalucia/5-principales-problemas-detectados-andalucia>

Durante el período 2013-2019, la actividad turística en Andalucía ha tenido un crecimiento sostenido que le ha hecho tener un papel destacado en el desarrollo socioeconómico de la región; pero presentando también una serie de deficiencias y aspectos mejorables que no se solventaron debidamente durante dicho periodo. Es importante afrontar que se necesita asumir un nuevo modelo de gestión que evite caer en los errores del pasado para que Andalucía pueda recuperar su posición competitiva tras la crisis del COVID-19, debiendo aprovechar dicha crisis como un impulso para instaurar unos cambios que se han ido dilatando con el tiempo, pero que ahora deben ser implantados para asegurar la competitividad del sector turístico andaluz.

El modelo de turismo de masas predominante durante años, por una parte, y la concentración de la actividad en determinados períodos estacionales, han generado una fuerte presión sobre los recursos

naturales y culturales, deficiencias en la prestación de servicios, congestión de las infraestructuras, y se percibe un claro deterioro en la relación turista-residente (turismofobia³). Además hay una alta concentración de la demanda en unos pocos mercados emisores y una alta convergencia de ésta en unos destinos concretos, a pesar de la oferta turística tan rica y diversa que tiene la región, con lo que ello conlleva de desigual reparto de la riqueza que genera la actividad turística.

Estos son algunos de los puntos clave que se deberían abordar respecto a la sostenibilidad, estacionalidad y la diversificación:

TABLA 3

Sostenibilidad (triple vertiente: ambiental, social y económica)	Estacionalidad	Diversificación
<ul style="list-style-type: none"> • Cambio climático; adaptar el destino Andalucía a los graves impactos que propicia este fenómeno. • Modelos de consumo responsable. • Procesos de sostenibilidad asociados a destinos turísticos inteligentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptar la oferta turística a las nuevas tendencias y al comportamiento de los mercados y targets idóneos para viajar en temporada baja. • Impulsar medidas de cara a la consecución de la homogeneidad de la actividad turística, a través de actuaciones con incidencia en la oferta y la demanda turística que contribuyan a una distribución temporal. • Potenciar productos competitivos temporada media/baja. • Campaña marketing temporada baja. 	<ul style="list-style-type: none"> • Equilibrar los flujos turísticos en el tiempo y en el espacio, atendiendo especialmente a zonas deprimidas económicamente. • Complementariedad entre destinos andaluces; gran cantidad de opciones para disfrutar de una irrepetible experiencia turística. • Diversificar mercados de origen de turistas.

Fuente: Elaboración propia a partir de Síntesis del documento de diagnóstico, Plan General de Turismo Sostenible, Plan META 2021-2027

³ Temor, aversión o rechazo social que sienten los ciudadanos locales de un destino hacia los turistas.
<https://www.entornoturistico.com/que-es-la-turismofobia/>

Además de estos tres aspectos, la crisis del COVID-19 ha mostrado la importancia de tener unos protocolos o planes de contingencia para afrontar posibles amenazas que pueden afectar al turismo: pandemias, Brexit, desastres naturales, etc.

Andalucía es una región con altos niveles de seguridad en lo que se refiere a aspectos como el terrorismo o a situaciones climáticas extremas, pero la pandemia del coronavirus ha provocado que el turista también se fije en la seguridad de las condiciones sanitarias y que aumente la exigencia de éste en lo que se refiere a preparación del destino de visita para afrontar situaciones de crisis.

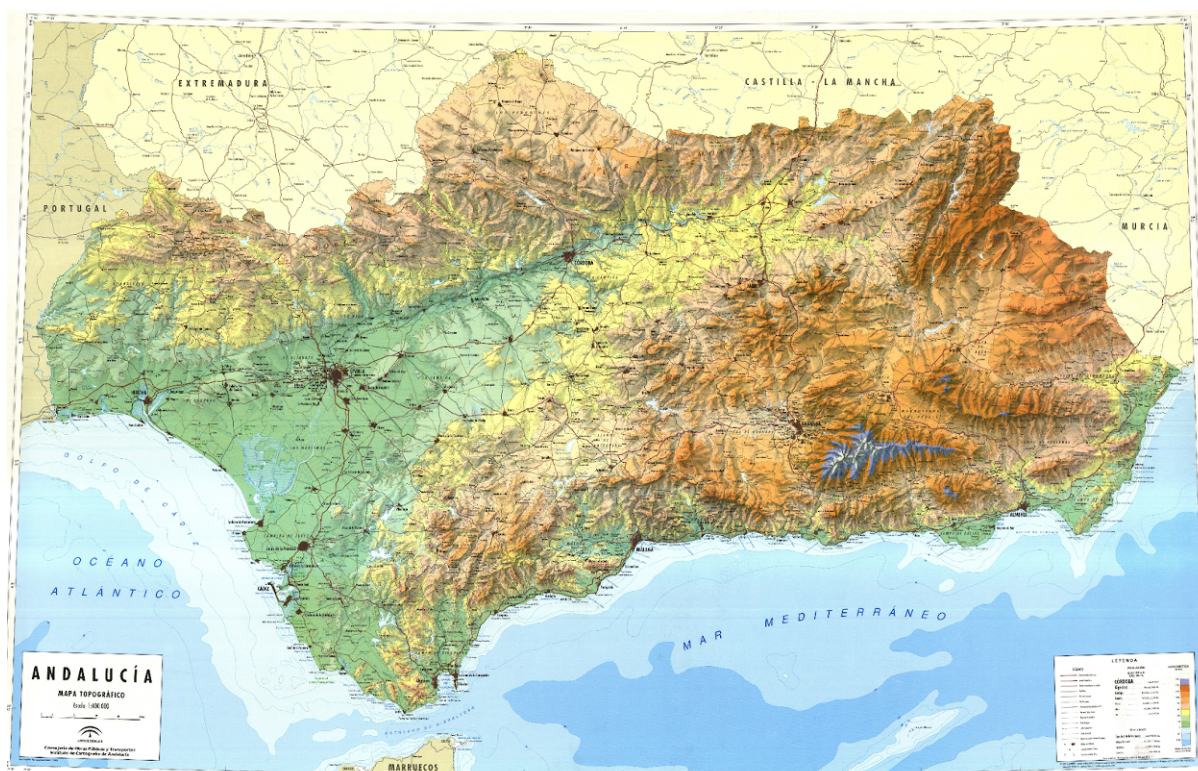
Ya en el borrador del Plan META se tratan todas estas cuestiones y la Junta de Andalucía a través de ayudas públicas y subvenciones está tratando de encaminar el turismo andaluz por este camino: el turismo es una *“industria en constante evolución y que requiere una continua adaptación al mercado”* (Juan Antonio Marín Lozano, Vicepresidente y Consejero de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía). La Junta de Andalucía cree en el turismo como motor de su economía y es por ello que quiere declararlo sector estratégico de la comunidad para poder tomar medidas excepcionales y aplicar rebajas fiscales. (Noticias Junta de Andalucía, 26/04/2021).

En los siguientes sub-epígrafes analizaremos las posibilidades de evolución del turismo andaluz en tres campos: tipos de turismo, tecnologías y sellos/productos andaluces distintivos de calidad y seguridad.

3.3. TIPOS DE TURISMO DE ANDALUCÍA

Antes de entrar en el estudio de los distintos tipos de turismo que hay en Andalucía, vamos a hacer una breve introducción del ámbito territorial de la región para ver cuales son las posibilidades que tiene la región para la diversidad de su oferta turística.

IMAGEN 12



Fuente: IECA [Mapa Topográfico de Andalucía 1:400.000 (2001)]

Andalucía tiene una extensión de 87.597 km² por lo que es comparable con muchos de los países europeos, tanto en lo que se refiere a su superficie como a su diversidad territorial. Además la región presenta unos grandes contrastes ambientales en lo que se refiere a su climatología, paisajes, etc., lo que le otorga una gran riqueza y diversidad de recursos naturales susceptibles de convertirse en recurso turísticos.

Si a todo esto le añadimos el gran patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, o los palacios de congresos de la región, podemos comprobar que la comunidad es mucho más que un destino de sol y playa.

Andalucía está dividida en 8 provincias (Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla); atendiendo a las referencias territoriales contempladas en la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, el Plan META 2027 ha optado por articular los ámbitos territoriales del turismo en Andalucía en tres grandes dominios:

- Litoral (términos municipales en contacto por el mar)
- Interior
- Grandes ciudades (capitales de provincia y municipios con una población de derecho superior a los 100.000 habitantes, tal y como se establece en el Decreto 146/2016, de 30 de

agosto, por el que se regulan los Planes Turísticos de Grandes Ciudades de Andalucía y los convenios de Colaboración mediante los que se articulan)

Uno de los objetivos principales que se persigue con esta clasificación es potenciar espacios con capacidad para desarrollar estrategias de complementariedad que favorezcan la interrelación del litoral, el interior y las grandes ciudades.

En este apartado nos centraremos en el estudio de los tipos de turismo que ofrece la región, examinando sus ámbitos territoriales y las posibilidades de futuro que tienen.

3.3.1. TURISMO DE SOL Y PLAYA

El ámbito litoral andaluz cuenta con 917,9 km de línea de costa, repartidos entre 5 provincias, estando la parte occidental bañada por el océano Atlántico, donde se encuentra la Costa de la Luz (Huelva y Cádiz), y la parte oriental por el mar Mediterráneo, dividida en la Costa del Sol (Málaga), Costa Tropical (Granada) y la Costa de Almería. El litoral atlántico se caracteriza por un predominio abrumador de playas y costas bajas; por su parte el litoral mediterráneo tiene una presencia muy importante de acantilados sobre todo en la Axarquía malagueña, Granada y Almería (Ojeda, J., 2003).

Cabe destacar que a partir de junio de 2021, en las playas de Andalucía ondearán 137 banderas azules⁴, siendo la segunda comunidad autónoma con más distintivos, por detrás de la Comunidad Valenciana (ABC Andalucía, 11/05/2021).

Debido a la gran cantidad de playas, el clima, predominantemente cálido, y al gran número de horas de sol que hay en la región, se han dado las condiciones para la predominancia del turismo de sol y playa en la región, con un dinamismo económico acentuado, especialmente reflejado en la Costa del Sol, tal y como hemos podido ver en el segundo epígrafe de este TFG. Esto ha conllevado una profunda transformación en el territorio con la proliferación de numerosas infraestructuras y equipamientos que ha devenido progresivamente en una serie de conflictos territoriales derivados de la gradual ocupación del espacio, que tienen como consecuencia un agotamiento sistemático de los recursos naturales motivados por la implantación de la actividad turística y los desarrollos urbanísticos asociados al turismo, que conviven con otros tipos de usos como el agrícola o el industrial.

⁴ Las banderas azules son un distintivo que otorga la Fundación Europea de Educación Ambiental (FEE) a playas y puertos. Se concede, después de la inspecciones y auditorías anuales de la Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor (ADEAC), a aquellos municipios que lo solicitan (ya que tiene carácter voluntario) y cumplen con una serie de criterios agrupados en cuatro bloques: Información y Educación Ambiental, Calidad del Agua, Gestión Ambiental y Seguridad y Servicios. <http://www.banderaazul.org/>

Junto con las construcciones de infraestructuras, la acción del cambio climático pone en peligro algunas partes del litoral andaluz: de acuerdo con un informe impulsado por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (a partir de ahora, MITECO), las costas de Cádiz, Almería y Málaga corren peligro de retroceder hasta 46 metros en 2100, por culpa de la erosión.

Además de lo expuesto en los dos anteriores párrafos, hay que significar el proceso que se está produciendo en algunas zonas turísticas masificadas, también de interior, de turismofobia, siendo especialmente significativo el caso de Málaga (El Mundo, 2017). Este proceso no está tan avanzado como en otros destinos turísticos como Barcelona, pero las administraciones deben actuar con rapidez para evitar su avance y las consecuencias negativas que conllevaría.

El turismo de sol y playa andaluz es un producto en su madurez que, por lo expuesto anteriormente, no tiene muchas posibilidades de seguir creciendo, al menos de una manera que sea sostenible, salvo, con las limitaciones ambientales pertinentes, la Costa Tropical.

Ya en el segundo epígrafe vimos que la zona de la costa granadina no estaba tan explotada como el resto de las costas andaluzas (tampoco la zona de Huelva, pero debido a las figuras de protección ambiental de muchas de sus playas, especialmente las circundantes al Parque Nacional de Doñana, es difícil el desarrollo de infraestructuras de esa zona), lo cual no deja de ser un dato llamativo debido a algunas playas singulares que tiene ese litoral y que bien promocionadas, actualmente el turista que visita la costa granadina es sobre todo andaluz, podrían constituir un recurso turístico importante. Además el clima tropical de la zona permite la utilización de las playas a lo largo de prácticamente todo el año.

Así cabe destacar como pasos que pueden servir de impulso al desarrollo de la Costa Tropical, además de haber incrementado el número de playas con banderas azules, la futura certificación de los municipios de Almuñecar y La Herradura como Destinos Turísticos Inteligentes⁵ (a partir de ahora DTI) por parte de la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (a partir de ahora, SEGITTUR).

Playas como las de La Herradura o Salobreña destacan por la calidad de sus aguas y fondos marinos, siendo una zona ideal para el buceo, lo que las distingue de otras zonas no tan aptas para esta práctica y constituye un recurso turístico importante.

⁵ Destino Turístico Inteligente es un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente.

La Secretaría de Estado de Turismo lidera el proyecto DTI, pionero a nivel internacional, impulsado y gestionado por SEGITTUR, cuyo objetivo es implantar un nuevo modelo de mejora de la competitividad y desarrollo turístico basado en la gobernanza y la corresponsabilidad turística.

Esta iniciativa, surgida del Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015, genera los mecanismos adecuados para facilitar la rápida incorporación de innovaciones en los destinos. <https://www.destinosinteligentes.es/que-es-un-dti/>

3.3.2. TURISMO DE CRUCEROS

El segmento de cruceros ha sido uno de los más duramente golpeados por la pandemia del COVID-19, por ser espacios cerrados con alta ocupación, pero hasta el año 2019 estaba en un crecimiento sostenido.

Andalucía cuenta con ocho puertos de los cuales seis tienen actualmente actividad de cruceros: Almería, Bahía de Cádiz, Huelva, Málaga, Motril (Granada) y Sevilla.

IMAGEN 13

Número de escalas y pasajeros de cruceros en puertos andaluces. Variación 19/18.

AÑO 2019	ESCALAS	% Var 19/18	PASAJEROS	% Var 19/18
Almería	25	-34,2%	7.177	-75,6%
Bahía de Cádiz	315	-5,7%	477.392	12,4%
Huelva	7	-56,3%	1.357	-88,2%
Málaga	288	-3,7%	476.973	-6,0%
Motril	32	10,3%	9.415	77,2%
Sevilla	95	26,7%	20.518	29,8%
TOTAL ANDALUCIA	762	-3,7%	992.832	-0,2%

Fuente: Puertos del Estado. Ministerio de Fomento

Fuente: Puertos del Estado. Ministerio de Fomento

La distribución territorial de las llegadas de pasajeros de cruceros entre los seis puertos andaluces con actividad de cruceros se caracteriza por una gran concentración de los movimientos en los puertos de Málaga (48%) y Bahía de Cádiz (48,1%), situación que se mantiene en los últimos diez años, ya que en el 2008 conjuntamente representaban el 87,70% y en la actualidad acaparan el 96,10% del total de llegadas a Andalucía (Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., Informe Anual Turismo de cruceros 2019).

Como podemos ver, existe un exceso de concentración de la demanda turística del turismo de cruceros andaluz, dos puertos abarcan casi el 100% de la demanda. Aquí existe un amplio margen para la diversificación, siendo este un segmento que volverá a tener relevancia cuando la vacuna contra el COVID-19 haya sido puesta a la mayor parte de la población. Además, este sector es uno de los más interesantes para cualquier destino por aspectos como éstos (Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., Informe Anual Turismo de cruceros 2019):

- Crecimiento sostenido de la industria de cruceros hasta 2019.
- Gran proyección: la baja penetración de este sector en la industria turística mundial (2%), junto a que aún no ha alcanzado su grado de madurez en mercados emisores incipientes, ofrece unas perspectivas futuras de crecimiento excelentes.

- Potencial desestacionalizador: el mayor flujo de turistas se da fuera de la época estival (junio a septiembre).
- Viajeros cada vez más jóvenes son atraídos por este sector.

El turista de cruceros tiene múltiples motivaciones para hacer escala en los destinos: compras, gastronomía, visitas culturales, etc. Todas las provincias andaluzas con puertos habilitados para cruceros, Córdoba y Jaén son las únicas que no tienen instalaciones de este tipo, tienen oferta diversa para satisfacer las expectativas del turista de cruceros y convertirse en destinos preferentes de este tipo de turismo.

Además de un reparto más justo de la economía que produce este turismo, la diversificación ayudaría a paliar los efectos ambientales que generan la llegada de los grandes barcos a las ciudades, así como reducir el sobredimensionamiento de estos destinos ante las avalanchas de excursiones que se producen en periodos concretos. Es decir, para un crecimiento sostenible del turismo de cruceros andaluz hay que diversificar la demanda turística que hay actualmente, sobre todo teniendo en cuenta las perspectivas de crecimiento futuras.

3.3.3. TURISMO URBANO

El turismo de ciudades es un sector en auge desde hace unos años, yendo paralelo a la aparición de un tipo de turista que tiene motivaciones culturales para hacer turismo (museos, teatro, musicales, monumentos, etc.) además de querer disfrutar de la gastronomía y hacer compras.

En Andalucía, además de las ocho capitales de provincia, son grandes ciudades (municipios de más de 100.000 habitantes) los municipios de Jerez de la Frontera (Cádiz) y Dos Hermanas (Sevilla).

Las grandes ciudades andaluzas cuentan con un patrimonio cultural y monumental de gran valor, pero no se puede obviar el patrimonio tanto material como inmaterial de toda la región andaluza, incluyendo sus pueblos.

Destacar siete conjuntos monumentales declarados Patrimonio Mundial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (a partir de ahora, UNESCO):

- Sitio de los Dólmenes de Antequera
- Conjunto Monumentales Renacentistas de Úbeda y Baeza
- Arte Rupestre del Arco Mediterráneo de la Península Ibérica
- Parque Nacional de Doñana
- Catedral, Alcázar y Archivo de Indias de Sevilla

- Alhambra, Generalife y Albaicín de Granada
- Centro Histórico de Córdoba

Los bienes declarados Patrimonio Mundial en las ciudades de Sevilla, Córdoba y Granada han conllevado, históricamente, una excesiva concentración de la demanda de este tipo de turismo en estas tres ciudades, lo cual no deja de ser llamativo teniendo en cuenta la existencia de un patrimonio muy rico en sitios como Jaén, Úbeda, Baeza, Cádiz o Ronda, por poner algunos ejemplos.

Una buena referencia de cómo podría evolucionar el turismo de ciudades en Andalucía es el caso de la ciudad de Málaga en estos últimos años: Málaga ha sido hasta hace no mucho tiempo un destino de sol y playa, pero ha sabido diversificar su crecimiento turístico con la incorporación de una serie de sedes de museos nacionales y europeos de reconocido prestigio que reúnen a través de sus colecciones permanentes y temporales una oferta con una gran demanda de visitantes (Museo Picasso, Museo Carmen Thyssen Málaga, Centro Pompidou Málaga, Colección Museo Ruso, San Petersburgo, etc.).

Además, ha sabido aprovechar las condiciones propicias de su entorno para establecer nexos territoriales entre su oferta de ciudad y litoral, con la del interior de los pueblos de sus alrededores, generando así numerosos canales para la creación de productos turísticos entre los diferentes ámbitos. Así se ha creado una interrelación entre la oferta de ocio de Málaga capital, la oferta de interior existente en los Dólmenes de Antequera o el desfiladero del Caminito del Rey y los recursos turísticos disponibles a lo largo de toda la Costa del Sol (Borrador Decreto Plan META 2027).

El ejemplo expuesto de Málaga debe ser la referencia a seguir para crear conexiones territoriales que aprovechen los diferentes destinos a la hora de promocionar experiencias integrales que involucren a diferentes escalas territoriales. Por ejemplo Granada, con su oferta de gran ciudad puede conectarse con la oferta de turismo de nieve de Sierra Nevada, el turismo de litoral con la Costa Tropical, o la oferta rural de las Alpujarras. Otra posibilidad sería las conexiones de Jaén con las ciudades de Baeza y Úbeda, con el Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, junto con la oferta que tiene la provincia de rutas de senderismo.

La conectividad existente y la reducida cercanía entre las principales ciudades andaluzas favorece la creación de productos diversos y permite conformar experiencias a partir de la complementariedad de recursos, segmentos o destinos. Todo esto pasa por una mejora general del sistema de infraestructuras de comunicaciones, creación de bonos conjuntos para las visitas a diferentes Bienes

y una colaboración entre las administraciones locales para una promoción conjunta de sus productos turísticos.

Señalar que el turista urbano tiene un gasto medio diario superior a la media (en 2019 fue de 71,84€, según Síntesis del documento de diagnóstico, Plan General de Turismo Sostenible, Plan META 2021-2027) y que contribuye a la desestacionalización gracias a que los recursos que visita son utilizables todo el año. Por contra, ya señalamos en el apartado referente al turismo litoral, la aparición de primeros síntomas de turismofobia en la ciudad de Málaga y que parece empezar a tener repercusiones también en Sevilla y Granada, produciendo desequilibrios en el mercado inmobiliario, con efectos directos en los precios y en disponibilidad de vivienda para la población residente.

3.3.4. TURISMO RURAL

El turismo rural andaluz estaba en auge antes de la pandemia y cabe esperar que a corto plazo sea uno de los segmentos que pueda tener mayor crecimiento debido a sus características: esparcimiento en entornos al aire libre y con pocas aglomeraciones, turista de origen nacional y sobre todo andaluz, por lo tanto, menos afectado por las posibles futuras limitaciones para viajar que el COVID-19 u otra situación de riesgo pueda provocar. En el año 2020 el turismo rural en Andalucía tuvo un incremento del 35% en el número de reservas respecto al año 2019 (Turismo Andaluz, 2021).

Andalucía cuenta con una oferta de pueblos, a nivel cualitativo y cuantitativo, que la coloca entre los destinos referentes en España. Una buena prueba de ello es que en el “Concurso para la elección de la capital del turismo rural, edición 2021”, organizado por la plataforma de reservas EscapadaRural.com, fue la comunidad autónoma con más número de aspirantes (67), más del doble que Aragón (33) que fue la segunda; siendo elegida la localidad gaditana de Olvera (El Mundo, 18/05/2021).

Tanto por la orografía como por los restos de las civilizaciones que lo habitaron, hay en Andalucía multitud de pueblos singulares, siendo éstos algunos de sus ejemplos más destacados:

- Almería: Mojácar.
- Cádiz: Olvera con una estampa inconfundible de casas encaladas y calles empinadas, Grazalema.
- Córdoba: Iznájar, Priego conocida como la Ciudad del agua.

- Granada: Montefrío uno de los pueblos del mundo con mejores vistas del mundo según National Geographic, Guadix con sus singulares casas-cuevas.
- Huelva: Alájar.
- Jaén: Cazorla que fue el pueblo de Andalucía más visitado en 2020 (Turismo Andaluz, 2021), La Iruela.
- Málaga: Frigiliana y Nerja.
- Sevilla: Osuna, Carmona y Écija.

Muchos de los pueblos andaluces ofrecen productos locales de gran calidad que abarcan desde productos gastronómicos hasta productos artesanales, normalmente ligados a prácticas respetuosas con el medio ambiente y con una tradición en su elaboración vinculada al territorio. Ello los convierte en el máximo exponente para ofrecer un turismo de calidad bajo prácticas de consumo responsable y con el sello de identidad andaluz.

El turismo es una posibilidad de dinamización económica para muchos pueblos que corren peligro de desaparición debido a su despoblación por la falta de oportunidades de empleo para sus habitantes. Y para el turismo de masas tradicional, estos pueblos ofrecen una posibilidad de reequilibrar los flujos turísticos.

3.3.5. TURISMO CULTURAL

Andalucía posee un considerable y singular patrimonio monumental e histórico y una gran riqueza de recursos de interés cultural que la convierten en un territorio atractivo para todas aquellas personas que hacen de las visitas culturales la motivación principal de sus viajes de ocio. La comunidad contiene más de 28.000 monumentos, y 126 de sus municipios han sido declarados conjuntos históricos (Junta de Andalucía, 2021).

Ya en el sub-epígrafe del turismo urbano vimos algunos de los conjuntos monumentales más destacados de la región, así que ahondaremos en otros aspectos de la oferta del turismo cultural andaluz:

- *Rutas*. Andalucía ofrece una gran cantidad de rutas culturales de todo tipo:
 - Rutas de Andalucía americana.
 - Rutas del gótico y mudéjar.
 - Rutas de arquitectura popular.

- Rutas del Legado Andalusí.
 - Rutas de castillos y monasterios.
 - Rutas de Andalucía antigua.
 - Rutas de Andalucía barroca.
 - Rutas de Andalucía mágica.
 - Rutas de obras maestras de pintura y escultura.
 - Rutas de Andalucía renacentista.
 - Rutas de Andalucía romántica.
 - Ciudades medias. La Fundación Ciudades Medias de Andalucía es una entidad constituida por los ayuntamientos de Alcalá la Real, Antequera, Écija, Estepa, Loja y Lucena. Su objetivo es dar a conocer el legado histórico-artístico de este territorio.
 - Caminos de Pasión. Es una ruta turística cultural, que quiere dar a conocer el patrimonio histórico-artístico, la gastronomía, las tradiciones, la Semana Santa, el folclore y la artesanía de los municipios de Alcalá la Real en Jaén; Baena, Cabra, Lucena, Priego de Córdoba y Puente Genil en Córdoba; Carmona y Osuna en Sevilla.
- *Puntos de interés cultura*
 - Monumentos.
 - Museos. Andalucía cuenta entre museos y conjuntos arqueológicos con 485 bienes de este tipo. Ya expusimos el caso de Málaga como ejemplo de éxito de diversificación turística a través de sus museos; siendo una oportunidad para municipios que no han tenido hasta ahora una gran demanda turística para poder crecer turísticamente. Así, el municipio de Jaén quiere convertirse en una referencia museística con su nuevo Museo Íbero y el Museo de Bellas Artes (Lacontradejaén, 07/05/2021).
 - Otros bienes de interés cultural: Parques y jardines, barrios singulares, plazas, iglesias, conventos, bodegas, plazas de toros, ganadería, cuevas, naturaleza, etc.

Destacar el proyecto en desarrollo de la “Tarjeta turística cultural”, con la que en un futuro los turistas podrán disfrutar del gran patrimonio cultural, artístico e inmaterial que alberga Andalucía, además de disponer de ventajas como la gratuidad o la reducción del coste de las entradas, haciendo más fácil y cómoda las visitas. Entre los recursos de la tarjeta estarán:

- Unos 80 enclaves pertenecientes a la red de Espacios Culturales de Andalucía, la red de Museos de Andalucía y los bienes declarados Patrimonio de la Humanidad, además de las catedrales.
- Entre 100 y 200 Bienes De Interés Cultural (BIC).
- Patrimonio inmaterial de la humanidad: el flamenco y la gastronomía.

Fuente: <https://www.juntadeandalucia.es/temas/cultura-ocio/vacaciones/cultura.html>

El turismo cultural es un segmento de alto interés para el futuro del turismo andaluz ya que es menos estacional que otros tipos de turismo y el visitante tiene un mayor gasto medio diario en el destino [73,75€ en el año 2019 (Síntesis del documento de diagnóstico, Plan General de Turismo Sostenible, Plan META 2021-2027)].

3.3.6. TURISMO DEPORTIVO

El deporte es un fenómeno social de los más importantes a nivel internacional y Andalucía cuenta con una gran diversidad de recursos naturales e infraestructuras deportivas, que hacen de ella un lugar ideal y privilegiado para todos aquellos que desean poner en marcha una actividad deportiva, de casi cualquier tipo, ya sea de carácter competitivo o relacionada con el ocio.

Dentro del turismo deportivo podemos distinguir tres clases:

- Turismo de deportistas no profesionales que buscan un entorno ideal para la práctica de su deporte favorito. También entraría en esta clase la asistencia de deportistas profesionales y no profesionales a modalidades como las carreras populares o maratones.
- Eventos deportivos. Esta es la modalidad en la que el turista asiste como espectador pasivo a la celebración de una competición oficial.
- Asistencia de deportistas profesionales a instalaciones deportivas para entrenamientos especiales. Aquí nos referimos a las sesiones de entrenamiento de deportistas, en centros deportivos especialmente preparados, previas a su participación en eventos deportivos oficiales.

Gracias a la extensión de la región, su diversidad geográfica y climatológica y a la gran cantidad de instalaciones deportivas de primer nivel con que cuenta, Andalucía tiene el potencial suficiente para ser referente a en cualquiera de las tres clases expuestas del turismo deportivo, siendo este segmento uno de los más interesantes para el futuro debido a la buena imagen social que hay sobre el deporte y por el potencial diversificador y desestacionalizador que tendría para el turismo andaluz.

Hablar de todo lo referente al turismo deportivo andaluz daría para un TFG sólo para esa materia, por lo que en este sub-epígrafe expondremos algunas de las posibilidades más destacadas de este segmento y de algunos de sus sub-segmentos más interesantes para Andalucía.

A. Fútbol. El deporte rey es el mayor exponente de la asistencia de espectadores a eventos deportivos, la cual ha sido prácticamente anulada, con contadas excepciones, debido al COVID-19, pero gracias a la mejora paulatina de la tasa de incidencia de infectados y a la vacunación masiva, está a punto de recuperar, aunque sea parcialmente, la asistencia a los estadios. Andalucía cuenta con instalaciones futbolísticas de categoría como el “Estadio de la Cartuja” (Sevilla) donde se disputarán algunos partidos de la Eurocopa 2020, que fue retrasada por el coronavirus, cuyo retorno económico será de unos 215 millones de euros (Junta de Andalucía, 20/05/2021). La Copas del Rey o la Reina, campeonatos nacionales, finales de competiciones europeas, etc., son muchas las competiciones que los estadios andaluces pueden acoger.

Destacar que debido a su climatología cálida, Andalucía es uno de los destinos favoritos de equipos profesionales de Europa del Norte para preparaciones de pretemporada o sesiones en la época de invierno cuando sus competiciones se paralizan debido a la nieve.

Lo expuesto anteriormente es extrapolable para todo tipo de deportes con características parecidas al fútbol que, aunque menos populares, también arrastran a fanáticos del mismo o sus deportistas necesitan seguir entrenando durante el invierno: hockey hierba, rugby, etc.

B. Deportes indoor⁶. En esta categoría entran deportes como el baloncesto, balonmano, voleibol, fútbol sala, bádminton, etc. En toda la región hay recintos preparados para la celebración de competiciones oficiales del más alto nivel de todos esos deportes, conocidos popularmente como Palacios de Deportes, siendo el último exponente el “Olivo Arena” de Jaén cuya apertura está prevista para junio de 2021 y del que se pretende que “*se convierta en centro de referencia o, por qué no, un centro de alto rendimiento con instalaciones anexas al Palacio. Que equipos españoles y extranjeros vean a Jaén como un lugar perfecto para sus concentraciones o pretemporadas*” (Juan Marín, Consejero de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, 08/04/2021).

C. Deportes de invierno. Sierra Nevada es la estación de esquí más meridional de Europa y la que ofrece más horas de sol. Tiene instalaciones preparadas tanto para los esquiadores de ocio como para las competiciones oficiales, contando además con un Centro Deportivo de Alto Rendimiento de reconocido prestigio.

⁶ Deportes en pista cubierta

- D. Deportes acuáticos.** Andalucía cuenta con gran cantidad de playas, ríos, embalses o pantanos dónde practicar deportes como surf, esquí acuático, kitesurf, vela, windsurf, buceo, piragüismo, rafting, pesca, etc. Destacar a Tarifa (Cádiz), conocida internacionalmente como La Meca de los deportes de deslizamiento y viento, y punto neurálgico para los practicantes de windsurf, kitesurf y wingfoil, que próximamente contará con un Centro Deportivo de Alto Rendimiento de la vela y los deportes náuticos de deslizamiento y que va a celebrar el Campeonato del Mundo de Kitesurf Tarifa Kite Pro 2021 (Europa Sur, 19/05/2021).
- E. Caballos.** La Carrera de Caballos Sanlúcar de Barrameda (Cádiz) es una competición de gran tradición que está considerada Fiesta de Interés Turístico Internacional. En este punto es interesante hablar del **Turismo ecuestre** como uno de los sub-segmentos de turismo más interesantes para el futuro del turismo andaluz: a través de la Asociación de Empresarios de Turismo Rural y Ecuestre de Andalucía (a partir de ahora, AGETREA), la región ofrece diversas actividades de todo tipo en todas sus provincias, tales como paseos a caballo por recintos, hacer excursiones de diversa duración, disponer de un pony-club para los más pequeños, dar paseos en coche de caballos, recibir clases de equitación a cualquier nivel o contemplar demostraciones hípicas y exhibiciones de enganches.
<https://www.andaluciaacaballo.org/actividades/>
- F. Cicloturismo**⁷. Gracias a su clima, Andalucía es ideal para la práctica del cicloturismo durante todo el año. La gran variedad paisajística de la región permite la organización de rutas muy diversas como la de Transnevada que va bordeando todo el Parque Nacional de Sierra Nevada. También está el centro BTT de Alcornocales (Cádiz) que organiza rutas en las estribaciones suroccidental del Sistema Bético, a un paso de los parques naturales de Los Alcornocales y del Estrecho de Gibraltar.
- G. Otros deportes.** Hemos mencionado algunos de los deportes que tienen más potencial para el crecimiento de un turismo sostenible y desestacionalizador, pero no podemos dejar de señalar el golf, siendo Andalucía la comunidad autónoma con más campos de España, los deportes de motor, donde destaca el Gran Premio de España de motociclismo que se celebra en el circuito de Jerez (Cádiz), o la carrera popular de San Antón (Jaén), que en 2019 fue considerada Fiesta de interés turístico de Andalucía.

⁷ El cicloturismo de alforjas es el ciclismo a largas distancias, una actividad recreativa y no competitiva que combina la actividad física y el turismo.

Es indudable la gran capacidad que tiene el deporte para mover gente en sus distintas formas, por ello tiene que ser uno de los segmentos en los que Andalucía tiene que enfocarse para el futuro de su turismo.

3.3.7. TURISMO MICE

El turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (en inglés: Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions/Events, a partir de ahora MICE), ha sido uno de los más duramente golpeados por el COVID-19 y ha tenido que reinventarse durante el año 2020 a través de conferencias virtuales para no perder su actividad de forma completa. El futuro inmediato para la supervivencia de este segmento se plantea básicamente en clave de organización de eventos híbridos entre lo físico y lo digital (también denominado como phygital) y reducciones de aforo.

Según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (a partir de ahora, ICCA), el impacto económico anual del turismo MICE en España es cercano a 6.000 millones de euros, lo que da una perspectiva clara de la importancia que tiene este segmento para el futuro del turismo andaluz, siendo, junto con el segmento del turismo de cine y el dirigido al público LGTBI, uno de los que la Junta de Andalucía quiere potenciar (Ideal, 10/05/2021).

En Andalucía el turismo de eventos es un segmento que está sin explotar, tal y como demuestran las cifras de 2019: 90.000 turistas, lo que contrasta con las cifras millonarias de los otros segmentos; el turismo MICE representó un 0,3% del total del turismo andaluz (Síntesis del documento de diagnóstico, Plan General de Turismo Sostenible, Plan META 2021-2027). Estas cifras chocan con el hecho de que el turista de congresos, por sus características, es un público objetivo muy interesante para la región: el gasto medio de este turista en 2019 fue superior a los 80€ diarios, pero según datos de la ICCA puede llegar a un gasto superior a los 200€; es un turista que suele viajar sobre todo fuera de la temporada alta (3º trimestre del año) por lo que el turismo MICE es uno de los que mejor vienen para la desestacionalización de la actividad turística; es uno de los turistas que marcan la nueva tendencia **bleisure** (turista que realiza un desplazamiento por negocios e invierte su tiempo libre en actividades de ocio y experiencias en el destino: compras, disfrutar la gastronomía del lugar, actividades culturales, etc.).

Andalucía cuenta con suficientes alicientes para ser una referencia del turismo MICE:

- Excelentes Palacios de Congresos y Recintos FERIALES repartidos por toda la región (18, eso sin contar otras instalaciones preparadas para albergar este tipo de eventos como Universidades u hospitales).

- Una buena red de comunicaciones, destacando las provincias de Sevilla, Córdoba, Málaga y Granada, las cuales cuentan con aeropuertos y línea de alta velocidad.
- Todas las provincias tienen una oferta complementaria lo suficientemente rica y variada para satisfacer las expectativas del turista de congresos.

Actualmente, Sevilla y Málaga son los dos destinos andaluces con más demanda para este tipo de turismo, aunque lejos de las cifras de Barcelona y Madrid. Estas ciudades y el resto de destinos con recintos para eventos, especialmente Granada y Córdoba por su conectividad, tienen un margen muy amplio de crecimiento para los próximos años, una vez que el turismo MICE vuelva a la normalidad.

IMAGEN 14



Fuente: Andalucía destino MICE.

3.3.8. TURISMO DE CINE

Este es un segmento en el que hay distinguir dos tipos distintos relacionados entre sí:

- *Turismo screen o de rodajes.* Es el turismo que consiste en vender un destino como escenario de rodajes de películas, series, videos musicales o spots publicitarios.

- *Turismo cinematográfico o de rutas cinematográficas.* En este caso nos referimos a los viajes en los que la motivación principal del turista es visitar los lugares en los que se han filmado películas y series de la que son fanáticos.

Un ejemplo de cómo la industria audiovisual puede ayudar a incrementar el turismo de una región es la trilogía de “El Señor de los Anillos”, cuyo rodaje en Nueva Zelanda contribuyó a que su turismo creciera un 30% en los años posteriores a su estreno en cines (Borrador Plan META 2027); de acuerdo con un estudio de TCI Research, 80 millones de viajeros eligen su destino basándose en películas y series de televisión, habiéndose multiplicado por dos el número de turistas que viajan por este motivo en los últimos 5 años.

Andalucía tiene tradición como escenario de rodajes desde los años 60 del siglo pasado con los spaghetti western en el desierto de Tabernas (Almería), en los 80 con “Indiana Jones” en la comarca de Guadix (Granada). Y en los últimos años ha tenido rodajes tan destacados como películas de “Star Wars” o la serie “Juego de Tronos” en Sevilla.

Además de estos destinos mencionados, Andalucía gracias a su gran riqueza paisajística natural y arquitectónica puede ser una referencia a nivel internacional para el turismo de rodajes en los próximos años.

En lo que se refiere a las rutas cinematográficas, ya hay rutas de cine por Andalucía que recorren los lugares de rodajes de películas o series rodadas total o parcialmente en Andalucía: la trilogía del dólar, “Juego de Tronos”, “La isla mínima”...

3.3.9. TURISMO DE NATURALEZA

Andalucía es la comunidad autónoma española con más espacios naturales y protegidos (más del 18% del territorio andaluz está protegido, una superficie de 2,9 millones de hectáreas) cuyo principal atractivo radica en su riqueza y diversidad natural y sus contrastes microclimáticos. La red de espacios naturales andaluces cuenta con 310 emplazamientos articulados por diferentes figuras de protección: Parques Nacionales, Parques Naturales, Parajes Naturales, Paisajes Protegidos, Reservas Naturales, Monumentos Naturales...

Este segmento turístico cuenta con varios sub-segmentos (ecoturismo, geoturismo, astroturismo, etc.) que cada año van ganando más adeptos y que pueden ser muy dinamizadores para el turismo futuro de Andalucía. Analizaremos algunos de los microproductos más interesantes de este segmento:

A. Ecoturismo. *“Tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema”* (OMT). Gracias a su biodiversidad, la región cuenta con espacios naturales por todas sus provincias, con lo que esta es una actividad con un claro componente diversificador para el turismo andaluz: Parque Nacional de Doñana (Huelva), Parque Natural Sierra de Andujar (Jaén), Parque Nacional de Sierra Nevada (Granada), Parque de los Alcornocales (Cádiz), Parque Natural de Cabo de Gata (Almería), Parque Natural del Torcal de Antequera(Málaga), Parque Natural Sierra de Hornachuelos (Córdoba) o el Parque Natural de la Sierra Norte (Sevilla) son ejemplos de la riqueza natural de Andalucía.

Además el ecoturismo tiene un triple efecto de sostenibilidad para sus destinos: proporciona dinamismo a los recursos locales (económico), ofrece oportunidad de empleo para los habitantes de la zona evitando así su despoblación (social), se convierte en un instrumento más de protección de los recursos naturales al traducirse la conservación del medio en factor de competitividad (ambiental).

B. Astroturismo. El concepto de astroturismo ha evolucionado desde una concepción de una actividad que se desarrolla en lugares cerrados como observatorios y planetarios, hasta un concepto actual donde esta actividad aprovecha además los recursos naturales y culturales en espacios abiertos ubicados en zonas libres de contaminación lumínica lo que permite conjugar el conocimiento científico de astronomía, la cultura y la naturaleza (Victor Fabregat, 2016).

El astroturismo está cada vez más en boga y los cielos de Andalucía poseen unas condiciones excepcionales para observar el firmamento, siendo la región del mundo con más certificaciones Starlight (un total de 69 destinos andaluces cuenta con esta certificación), distinción auspiciada por la UNESCO que avala la calidad del cielo nocturno de los territorios y su idoneidad para la práctica de la astronomía y observación de las estrellas en unas condiciones óptimas.

Destaca la provincia de Granada que cuenta con Sierra Nevada donde en una de sus lomas se encuentra el Observatorio Astrofísico, y su Parque de las Ciencias Naturales con su

Planetario. Además cuenta con instituciones de gran prestigio científico como el Instituto de Astrofísica de Andalucía o la Universidad de Granada.

Pero no sólo en Granada, toda la región de Andalucía cuenta con excelentes sitios para la observación y el aprendizaje de la astronomía: Sierra de los Filabres (Almería), Observatorio de Calar Alto (Almería), Sierra Morena (Córdoba), Entreríos (Málaga) considerada como zona OVNI (Objeto Volante No Identificado), Real Instituto y Observatorio de la Armada en San Fernando (Cádiz)...

3.3.10. OTROS TIPOS DE TURISMO Y TENDENCIAS

Hemos visto algunos de los segmentos turísticos que más margen de crecimiento tienen en el futuro de Andalucía, pero no por ello debemos dejar de mencionar algunos sectores que relacionados con los ya expuestos pueden marcar el futuro del turismo andaluz:

- **Turismo gastronómico.** La oferta gastronómica es muy rica y variada, yendo desde los pescados y mariscos de las zonas litorales a los productos de interior como la carne de caza o los productos agrícolas como el famoso aceite de oliva de Jaén (**oleoturismo**). Todas las provincias andaluzas poseen alguna distinción internacional que reconoce el valor de su cocina (estrellas Michelin, Bib Gormand, etc.)
- **Enoturismo.** Enología y gastronomía van de la mano para conformar un producto de gran potencialidad. La topografía, geología y clima de los suelos andaluces resultan excelentes para el cultivo de la vid. Más del 70% de los viñedos andaluces están amparados por alguna de las seis Denominaciones de Origen establecidas y auspiciadas por sus respectivos Consejos Reguladores: Condado de Huelva (1933), Jerez-Xérès-Sherry (1933), Manzanilla de Sanlúcar (1964), Málaga (1933), Sierras de Málaga (2001) y Montilla-Moriles (1985). A estas denominaciones se suman 13 indicaciones geográficas protegidas (Vinos de la Tierra) y otros vinos históricos no amparados pero que gozan de gran popularidad. Además hay Rutas del Vino para disfrutar de la historia y bodegas donde se facturan los vinos.
- **Turismo del bienestar.** Centros termales, modernos hoteles con spa y balnearios de aguas minero medicinales ofrecen experiencias relacionadas con el bienestar físico y mental, la quietud y relax. Málaga es una de las provincias que apuesta más por este segmento, pero hay más ofertas de este tipo como el Spa del Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas (Jaén).
- **Turismo de lujo y compras.** Moda, joyería y belleza de alta gama son algunas de las motivaciones de este turista con un alto gasto diario. Actualmente la referencia en Andalucía

de este tipo de turismo es el municipio de Marbella (Málaga), siendo uno de los segmentos donde más puede evolucionar el turismo andaluz.

Respecto a las nuevas tendencias como los Knowmads digitales, el turismo del silencio, turismo slow, viajes transformacionales, etc., será clave la adaptación y la flexibilidad de los destinos y las organizaciones para canalizar el potencial de estos nuevos perfiles de turistas.

3.4. PAPEL DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL TURISMO DURANTE LA PANDEMIA Y EN EL FUTURO

Ya antes de la pandemia, las nuevas tecnologías iban teniendo una importancia cada vez mayor para la competitividad del turismo. La comercialización online, el marketing y la digitalización son, en la coyuntura actual, elementos claves para el desarrollo de la actividad turística.

La digitalización abarca todas las fases del viaje (búsqueda de información, toma de decisiones, reserva, viaje y post-viaje), y las nuevas tecnologías deben ayudar a los turistas y a los operadores turísticos para que la experiencia sea lo más ágil e informada posible, además de dar confianza y seguridad.

Expondremos algunas de las tecnologías que son y serán fundamentales en el futuro a corto plazo del turismo:

- **Sistemas de pago electrónicos.** Los medios de pago alternativos al dinero en efectivo de toda la vida ya estaban al alza antes de la pandemia: tarjetas de débito o crédito, plataformas especializadas en la gestión de pagos electrónicos (Paypal, SafetyPay), transferencias bancarias, pagos a través del móvil (NFC, Bizum), monedas virtuales, etc.

Las razones para el uso de estos medios son entre otras la seguridad, sobre todo ahora que se busca evitar el contacto físico, y la comodidad que ofrecen.

Aún siendo un área a la que aún le queda un largo camino de desarrollo tecnológico y jurídico, parece claro que el futuro de los pagos en viajes internacionales pasa por el uso de estos medios de pago electrónicos y el abandono del dinero en efectivo.

- **Códigos QR.** Un código QR (del inglés Quick Response code, "código de respuesta rápida") es la evolución del código de barras. Es un módulo para almacenar información en una matriz de puntos o en un código de barras bidimensional. La matriz se lee en el dispositivo móvil por un lector específico (lector de QR) o por la cámara de éste y de forma inmediata nos lleva a una aplicación en Internet.

Esta tecnología, existente desde 1994, se ha puesto ahora más que nunca en uso debido a la situación excepcional del coronavirus (ej: cartas de restaurantes)

Las aplicaciones de esta tecnología dentro del sector turístico son muy variadas: señalización de recursos turísticos, folletos informativos, cupones, acceso a redes sociales, etc.

Los códigos QR son una tecnología muy en boga en el turismo y que apuntan a que sus aplicaciones irán a más en un futuro a corto plazo.

- **Big Data.** Big Data es un término que hace referencia a conjuntos de datos tan grandes y complejos que precisan de aplicaciones informáticas no tradicionales de procesamiento de datos para tratarlos adecuadamente. La naturaleza compleja del Big Data se debe principalmente a la naturaleza no estructurada de gran parte de los datos generados por las tecnologías modernas (ej: las búsquedas en Internet).

El análisis de Big Data ayuda a las organizaciones a aprovechar sus datos y utilizarlos para identificar nuevas oportunidades. Esto en el ámbito del sector turístico permite conocer datos como cuantos visitantes recibe un destino, lugar de procedencia de éstos, su estancia, gasto medio, etc.

La crisis experimentada ha probado la relevancia de la obtención y gestión de datos. Se debe renovar y reforzar la apuesta por el Big Data turístico, aplicado tanto para conseguir la seguridad y la calidad del destino, como para la gestión y promoción de las empresas turísticas y el desarrollo de análisis que permitan un posicionamiento altamente competitivo en el mercado. Bien usado el Big Data permitirá ofrecer ofertas personalizadas a los turistas u ofrecer datos de gran valor para el desarrollo del turismo sostenible.

- **Drones.** En los últimos años han ido siendo cada vez más utilizados para grabar espectaculares vídeos promocionales de destinos, pero ahora pueden ser unas herramientas muy eficaces para el control aéreo de aglomeraciones en recintos turísticos o para las grabaciones de eventos.
- **Certificados electrónicos.** El máximo exponente de la documentación electrónica, debido a la coyuntura actual, será el nuevo pasaporte de vacunación europeo “Certificado Verde Digital”, aunque también tendrá versión en papel. Entrará en vigor a partir del 1 de julio de 2021 y será un documento gratuito y universal emitido por las comunidades autónomas que incluirá un mínimo de información (nombre de la persona, la fecha de nacimiento, el país y un identificador único del certificado) para poder confirmar el estado de vacunación de la persona o si se ha pasado un test RT-PCR, pudiendo ser usado en todos los Estados

miembros de la Unión Europea, incluyendo además Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza (Xataka, 17/05/2021).

IMAGEN 15

Certificado digital verde

Permitirá retomar, de manera segura, los viajes en la UE, aunque no será una condición para la libertad de movimiento, ya que es un derecho.

Para evitar **discriminación**, la acreditación informará si una persona:

- Se ha **vacunado**.
- Tiene **anticuerpos**.
- O una **prueba PCR** o de antígenos **negativa**.

Además será:

- Gratuita**.
- Tendrá versión en **papel y digital**.
- Temporal**. Se suspenderá cuando la OMS declare el fin de la emergencia sanitaria.

Fuente: Comisión Europea



VERSIÓN DIGITAL

El alcance de este certificado será países de la UE y estará abierto a Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.

Código QR

Contendrá información fundamental necesaria y una firma digital para asegurar la autenticidad.

Datos personales

Ningún dato pasará o será conservado por el Estado miembro verificador.

Idioma

Información disponible en la lengua oficial del Estado expedidor y en inglés.

Miguel Mulas / Agencia EFE

Fuente: Agencia EFE

La digitalización de los documentos para viajes, como los pasaportes o visados, agilizarán los trámites y las colas de los aeropuertos o recintos turísticos, lo que incidirá en la calidad de la experiencia del turista.

La digitalización será uno de los factores clave para la competitividad del turismo andaluz, sin embargo uno de los principales problemas que se señalaron en las I Jornadas Provinciales para la elaboración del Plan META 2027 era la “falta de acceso y uso de las nuevas tecnologías” en el tejido empresarial turístico andaluz. En buena parte, este problema se debe a que la mayor parte del empresariado andaluz son pequeñas y medianas empresas (a partir de ahora, PYMES) a las que le cuesta más que a las grandes empresas integrar las novedades tecnológicas.

Para la superación de esta brecha tecnológica debe intensificarse la colaboración público-privada y debe fomentarse la modernización e implantación de las nuevas tecnologías a través de ayudas

públicas y subvenciones con programas como los gestionados por la Junta de Andalucía: MUNITIC (ayudas dirigidas al fomento de la implantación de las tecnologías de la información y la comunicación en los recursos e instalaciones turísticas municipales) o PYMETUR (subvenciones en régimen de concurrencia competitiva dirigidas a las PYMES andaluzas, con la finalidad de mejorar su competitividad y productividad, así como facilitar su modernización y las prácticas innovadoras que se pongan en marcha por las mismas).

Y será muy importante también la labor del Centro de Innovación Turística de Andalucía ‘Andalucía Lab’, el cual ofrece desde jornadas explicativas de las ayudas concedidas por la Junta de Andalucía hasta cursos gratuitos (en 2021 un total de 102 sobre 30 temáticas diferentes como estrategia digital para los negocios, email marketing, herramientas profesionales en la nube, analítica web, etc.) dirigidos a todos los profesionales del sector turístico que estén interesados.

3.5. SELLOS Y PRODUCTOS DISTINTIVOS PARA HACER DEL TURISMO ANDALUZ UNA MARCA DE SEGURIDAD Y CALIDAD

Hemos visto en los anteriores epígrafes como Andalucía tiene recursos turísticos para conseguir un crecimiento diversificado de su turismo y como la tecnología debe jugar un papel crucial para la evolución del sector. Todo ello debe ir acompañado de una buena promoción para conseguir que la marca ‘Andalucía’ se la reconozca por una serie de rasgos distintivos que la diferencien de la competencia: seguridad [tanto en lo que se refiere a conflictos y desastres naturales, como a la situación sanitaria (free covid)], experiencia y know-how de Andalucía como destino reconocido a nivel internacional, calidad y sostenibilidad.

Se trata de conseguir una “Gestión de la excelencia”, para lo que la Junta de Andalucía ha incluido un programa en el Plan META 2027, para conseguir ese propósito. Se desarrolla a través de cuatro proyectos:

I. Desarrollo de instrumentos para fomentar la seguridad del destino.

- Este programa gira, principalmente, en torno al distintivo “**Andalucía Segura**”: este sello busca proporcionar confianza al turista de que el servicio o destino turístico cumple con todos los requisitos recogidos en la guía de recomendaciones publicada en la página web de Turismo de Andalucía (<https://www.andalucia.org/es/segura>) para su actividad concreta (actualmente son 9 las actividades que pueden obtener esta distinción, ver ANEXOS), dando seguridad de que se han tomado medidas en materia de salud para la reducción de un posible contagio de COVID-19.

Una vez implementadas las medidas, la empresa podrá cumplimentar telemáticamente en la web del Registro Turístico de Andalucía, es obligatorio estar inscrito en dicho registro, un formulario de Declaración Responsable, pudiendo a continuación descargarse el distintivo el cual va con un código QR junto al código de registro de la empresa. La obtención de este distintivo conlleva que la empresa podrá pasar un proceso de inspección para verificar que cumple con las recomendaciones de la guía.

- Relacionado con el sello ‘Andalucía Segura’, la Junta de Andalucía creó el “**Bono Turístico Andaluz**”, el cual desde el 1 de octubre del 2020 y hasta el 9 de diciembre de 2021 intenta incentivar a los andaluces a que viajen y se alojen en Andalucía: cualquier persona empadronada en un municipio de Andalucía o que sea titular de la Tarjeta de Andaluz o Andaluza en el Exterior, que quiera viajar por Andalucía fuera de su lugar de residencia, puede contratar un mínimo de dos noches en un establecimiento de alojamiento que cuente con el distintivo ‘Andalucía Segura’ por medio de una agencia de viajes o punto de venta que también disponga de dicho distintivo o, en el caso de pernoctaciones de sólo dos noches, directamente con el propio establecimiento.

Una vez realizado el viaje, hay que rellenar un formulario de solicitud (se puede realizar de forma telemática o en las delegaciones territoriales de turismo), además de contar con la factura de la agencia de viajes o del establecimiento de alojamiento. Se puede solicitar hasta un mes más tarde desde el día siguiente al último día de pernoctación en el establecimiento turístico.

Si se cumplen los requisitos, se abonará en la cuenta corriente el 25% del importe del servicio de alojamiento incluyendo, en su caso, el servicio de desayuno, con un máximo de 200 euros. La bonificación aumentará hasta el 50% en los casos en que la persona solicitante no haya tenido obligación de declarar en el ejercicio fiscal del año 2019 ó 2020 o tenga reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33%.

También se abonará un 50% de la factura, con un máximo de 500 euros, en el caso de estancias de 4 o más noches en establecimientos de alojamiento turístico reservadas exclusivamente a través de Agencias de Viajes por personas mayores de 65 años y menores de 25 años.

Se bonificarán hasta tres viajes por persona.

- Desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2021, todos los turistas internacionales cuentan con un ‘**Seguro Internacional de viajes de Andalucía**’, el cual es gratuito, avalado por la Junta para cubrir cualquier gasto que les pueda ocasionar el COVID-19 durante su

estancia en la comunidad autónoma: gastos médicos, quirúrgicos y de hospitalización; gastos médicos de transporte y repatriación; transporte y repatriación (incluyendo fallecidos); gastos de prolongación de estancia.

Con esta medida se busca incentivar al turista internacional, reacio a salir a un país extranjero por los posibles inconvenientes que pueda tener por infección del coronavirus, para que visite Andalucía.

II. *Colaboración con la entidad SICTED para el fomento de la calidad en destinos.*

El certificado **SICTED** (Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos) es un proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR), con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), que trabaja con establecimientos/servicios turísticos de hasta 36 oficinas diferentes, con el objetivo último de mejorar la experiencia y satisfacción del turista. Se desarrolla a través de dos metodologías: SCTE Destinos (sistema integral y permanente de gestión de la calidad en un destino turístico, aquellos que acreditan el cumplimiento de los requisitos establecidos en la metodología reciben el distintivo ‘Compromiso de Calidad Turística’) y SCTE Sectores [basado en las Normas de Calidad Turística Española y que culmina con la certificación del establecimiento con la Marca de Calidad Turística (Q)].

IMAGEN 16



Fuente: <http://www.lacasadelmaestrodemusica.com/2017-renovamos-distintivo-de-calidad/>

IMAGEN 17



Fuente: <https://ctmaconsultores.com/q-de-calidad-turistica/>

En la actualidad, Andalucía es la comunidad autónoma que cuenta con más certificados SICTED gracias a sus 50 destinos (184 municipios andaluces que trabajan con el Compromiso de Calidad Turística) y 2.037 empresas (1.042 distinguidas y 995 adheridas). (Europa Press, 31/03/2021).

III. *Colaboración con entidades para reforzar la calidad en playas, puertos y embarcaciones.*

El propósito del programa es apoyar a la Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor (ADEAC) para la campaña de galardones de Bandera Azul a las playas, puertos y embarcaciones andaluzas, mediante una subvención nominativa.

Como ya señalamos en el sub-epígrafe del turismo de sol y playa, partir de junio de 2021 Andalucía, con 137 banderas azules, será la segunda comunidad autónoma con más distintivos, pero deberá seguir compitiendo para no solo mantener las que tiene actualmente sino conseguir aún más de estas distinciones que le permitan destacar como destino de litoral de referencia en España.

IV. *Inventario de establecimientos y espacios andaluces distinguidos con certificados de calidad.*

El objetivo es la publicación de un Directorio de Establecimientos y Espacios Certificados andaluces distinguidos con certificados de calidad.

La disponibilidad de un registro con destinos y sectores acreditados permitiría racionalizar el complicado, sobre todo para los turistas, entramado de distintos certificados, permitiendo al viajero elegir con un mayor conocimiento sobre la materia.

Por ejemplo, según el informe 'Anuario de viajes: Tendencias del sector turístico. Jóvenes, redes sociales y nuevas formas de viajar' realizado entre 2019 y 2020 por la Universidad Autónoma de Barcelona e IATI Seguros, 8 de cada 10 jóvenes españoles apuestan por los viajes sostenibles,

un Directorio organizado con destinos y establecimientos con certificados de sostenibilidad ayudaría a este viajero concienciado a tomar una mejor decisión.

4. CONCLUSIONES

Ya en 2005, cuando obtuve mi diplomatura en Empresas y Actividades Turísticas, se hablaba de la necesidad de que España y Andalucía debían dar un paso adelante para ir más allá de ser un destino referente del turismo de sol y playa. En años posteriores se iba hablando cada vez más de la necesidad de conseguir un turismo sostenible.

Sin embargo, la percepción que tenía era que los pasos que se daban en este sentido eran más bien tímidos y que la ambición que mostraban los planes estratégicos al respecto no se reflejaban en la realidad.

Así, tras el análisis de la evolución turística durante el período de vigencia del PGTS, hemos podido comprobar que el crecimiento del turismo andaluz seguía siendo mayoritario en el turismo de litoral y estando excesivamente concentrado en zonas concretas, estando lejos de cumplir los objetivos de sostenibilidad ambiental, económica y social que se pretendían.

La pandemia del COVID-19 ha puesto al turismo en una situación tan adversa que, paradójicamente, parece que puede ser el impulsor decisivo para que se implanten los cambios que venía necesitando, pero que las circunstancias siempre demoraban en el tiempo. El Plan META 2027, tal y como se ha expuesto en este TFG, apunta a un cambio del modelo turístico andaluz imperante en los últimos años a un nuevo modelo de gestión más acorde con lo que la coyuntura actual demanda, no solo para la supervivencia del sector sino para que éste pueda seguir creciendo.

Andalucía es una comunidad autónoma de gran extensión y que cuenta con una gran diversidad orográfica y paisajística; estos recursos naturales sumados al gran patrimonio monumental y cultural que tiene la región, fruto de las diversas civilizaciones que han poblado la región a lo largo de los años, le otorgan una diversidad de oferta turística al alcance de muy pocos territorios.

Uno de los mejores ejemplos sería la provincia de Granada que en pocos kilómetros reúne montaña, playa y oferta cultural y monumental. Una de las claves para el éxito futuro de la diversidad del turismo andaluz será la complementariedad entre destinos para ofrecer distintos productos y recursos: un turista puede visitar la ciudad de Málaga en un crucero para disfrutar de del turismo de compras y complementarlo con una visita monumental a Córdoba, otro ejemplo sería el viajero fanático del cine que visita el emplazamiento de Guadix y puede añadirle el turismo de litoral de Almería.

Esto debe ir acompañado de una colaboración entre los agentes públicos y privados de los distintos destinos, sobre todo en lo referente a la promoción para conseguir así un turismo diversificado que

sería beneficioso para la región andaluza, sobre todo para ciertos destinos desaprovechados y que tienen un gran potencial turístico: pueblos de interior, la ciudad de Jaén, etc.

Algo en lo que todos los expertos coinciden es en la importancia actual y futura de Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías. Sin embargo, debido a que el tejido empresarial turístico andaluz está compuesto principalmente por PYMES, el acceso y adaptación a los últimos avances y tendencias digitales no resulta sencillo para éstas. Las administraciones, sobre todo las que tienen mayor capacidad económica (europea, estatal y autonómica), deben ayudar a las empresas y municipios de menor tamaño a través de ayudas y subvenciones públicas para fomentar la innovación tecnológica en la actividad de éstas.

También será importante la labor de entidades como Andalucía Lab que a través de sus labores de asesoramiento y sus cursos de formación a los profesionales turísticos andaluces pueden ayudarles a adaptarse a los cambios que experimenta el segmento turístico.

A través de estas acciones se debe conseguir convertir a Andalucía en un Destino Inteligente.

La situación de la pandemia ha obligado a buscar productos innovadores que incentiven a los viajeros. Andalucía en este sentido ha creado el “Bono Turístico Andaluz” para motivar a los andaluces a hacer turismo en su región y compensar así la caída de visitantes internacionales; una vez pasado su período de vigencia, del 1 de octubre del 2020 al 9 de diciembre de 2021, será el momento de analizar el éxito de esta medida y evaluar si saldría rentable su posible mantenimiento, sobre todo como incentivador para el turismo en temporada baja. También puede servir como punto de partida para una posible aplicación de productos similares para el futuro, como un IMSERSO a la andaluza.

Asimismo, aunque la implantación de distintivos y sellos de calidad dan una buena imagen ante el turista, hay algunas cuestiones abiertas a debate:

- El sello de Andalucía Segura es una buena idea que sirve para transmitir confianza al viajero, pero el hecho de que para conseguirlo baste una declaración responsable de la empresa le resta ‘credibilidad’ a la iniciativa, ya que no está reglado cuando debe pasar la empresa una inspección que sirva para comprobar que cumple de manera efectiva con las medidas de higienización y seguridad. Aspectos como éste deberán ser revisados en el futuro.
- La publicación de un Directorio de Establecimientos y Espacios Certificados andaluces distinguidos con certificados de calidad, es una gran idea que debe ayudar al turista, cada vez más concienciado en cuestiones ambientales y sociales, a la hora de elegir destino.

Sin embargo, da pie a una cuestión que lleva tiempo sin resolverse: la gran cantidad de certificados turísticos que hay de diversos tipos y emitidos por diferentes entidades; el turista puede verse abrumado ante el entramado tan complejo que hay en esta materia y no estar seguro de la legitimidad y validez de ciertos certificados. Sería necesaria una colaboración de todas las administraciones, con el liderazgo de la Unión Europea, y de las entidades emisoras de certificados para la simplificación y racionalización de los distintivos de calidad, con efecto de que el turista pudiera decidir con más agilidad.

Andalucía tiene buenas bases para conseguir un crecimiento sostenible y diversificado de su turismo, lo cual no la libra de tener una serie de debilidades y riesgos que debe corregir. A lo largo del periodo de vigencia del Plan META 2027, todo apunta que será desde el segundo semestre de 2021 hasta finales de 2027, habrá que ir evaluando e investigando si se van dando los pasos correctos en este sentido o si, como con anteriores planes, las buenas intenciones quedan en el papel sin conseguir los resultados deseados en la realidad.

BIBLIOGRAFÍA

A.R.V. (21 de mayo de 2021). Andalucía vende «seguridad» para seducir al turista británico en la era del Covid. *ABC Andalucía*. https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-andalucia-vende-seguridad-para-seducir-turista-britanico-covid-202105192041_noticia.html (consultado el 21 de mayo de 2021)

Acuerdo: Acuerdo de 5 de mayo de 2020, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la formulación del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2020/90/1> (consultado el 28/03/2021)

Agenttravel (17 de mayo de 2021). Andalucía apuesta por una transformación del modelo turístico “en clave de sostenibilidad”. *Agenttravel*. https://www.agenttravel.es/noticia-041900_Aandalucia-apuesta-por-una-transformacion-del-modelo-turistico--en-clave-de...html (consultado el 17 de mayo de 2021)

Agenttravel (2 de septiembre de 2020). Andalucía convoca ayudas de 2,4 millones para fomentar la digitalización en pymes turísticas. *Agenttravel*. https://www.agenttravel.es/noticia-039019_Aandalucia-convoca-ayudas-de-24-millones-para-fomentar-la-digitalizacion-en-pymes-turisticas.html (consultado el 04/05/2021)

Agenttravel (3 de mayo de 2021). Andalucía Lab lanzará este año más de un centenar de cursos de 30 temáticas. *Agenttravel*. https://www.agenttravel.es/noticia-041721_Aandalucia-Lab-lanzara-este-ano-mas-de-un-centenar-de-cursos-de-30-tematicas.html (consultado el 04/05/2021)

Alarcón, Nacho (14 de abril de 2021). Los Veintisiete cierran un primer acuerdo sobre el pasaporte europeo de vacunación. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/mundo/europa/2021-04-14/pasaporte-de-vacunacion-primer-paso_3034288/ (consultado el 15/04/2021)

Andalucía (17 de marzo de 2021). Irlandeses, británicos, belgas, alemanes y nórdicos, los más proclives a viajar a Andalucía. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/actualidad/noticias/detalle/253756.html> (consultado el 09/04/2021)

Andalucía (22 de diciembre de 2020). Eventos, planes y nuevos productos MICE en Andalucía para 2021. *Evento Plus* <https://www.eventoplus.com/articulos/eventos-planes-y-nuevos-productos-mice-en-andalucia-para-2021/> (consultado el 08/04/2021)

Andalucía (26 de abril de 2021). Marín avanza que el Gobierno andaluz declarará el Turismo como sector estratégico. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/actualidad/noticias/detalle/256772.html> (consultado el 27/04/2021)

Andalucía (6 de abril de 2021). La Junta colabora con operadores para situar la región como destino preferente en la reactivación turística. *Consejería de Turismo. Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/actualidad/noticias/detalle/255042.html> (consultado el 07/04/2021)

Anuncio: Anuncio de 15 de abril de 2021, de la Delegación Territorial de Turismo en Almería, por el que se hace pública la relación de subvenciones concedidas en régimen de concurrencia competitiva, dirigidas a favorecer la recualificación de los destinos turísticos maduros del litoral andaluz mediante el desarrollo de la economía digital, correspondiente al ejercicio 2020. *Consejería de Turismo. Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://juntadeandalucia.es/boja/2021/76/67> (consultado el 23/04/2021)

Balance año turístico: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (2020). Balance del año turístico en Andalucía en 2019. *Consejería de Turismo. Regeneración, Justicia y Administración Local*. https://multimedia.andalucia.org/saeta/bata_2019.pdf (consultado el 06/04/2021)

Batlle Cardona, Meritxell (5 de abril de 2021). 8 de cada 10 jóvenes españoles apuestan por los viajes sostenibles. *Viajes National Geographic*. https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/8-cada-10-jovenes-espanoles-apuestan-por-viajes-sostenibles_16675 (consultado el 09/04/2021)

Blog: Ecoturismo Andalucía. Turismo a tu ritmo. *Andalucía Ecoturismo*. <https://andaluciaecoturismo.com/> (consultado el 08/04/2021)

Blog: Rutas a caballo. *AGETREA*. <https://www.andaluciaacaballo.org/> (consultado el 08/04/201/21)

Borrador Decreto: Borrador Decreto Plan META 2027. *Consejería de Turismo. Regeneración, Justicia y Administración Local*. https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/tramite_informacion_publica/19/12/borrador_decreto_formulacion_PGTA.pdf (consultado el 28/03/2021)

Borrador Plan Estratégico: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (19 de abril de 2021). Plan META 2027. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*.

[https://juntadeandalucia.es/export/drupaljda/tramite_informacion_publica/21/04/Primer%20Borrador%20Plan%20Meta%20\(v.20210419\).pdf](https://juntadeandalucia.es/export/drupaljda/tramite_informacion_publica/21/04/Primer%20Borrador%20Plan%20Meta%20(v.20210419).pdf) (consultado el 29/04/2021)

C.C. Jaén (8 de abril de 2021). 650 actividades turísticas gratuitas para que los jienenses 'redescubran' Jaén. *Ideal*. <https://www.ideal.es/jaen/jaen/actividades-turisticas-gratuitas-20210408115651-nt.html> (consultado el 08/04/2021)

Cadena SER (1 de octubre de 2020). La Junta avalará con un seguro los gastos que pueda ocasionar a turistas enfermar por la Covid19. *SER*.

https://cadenaser.com/emisora/2020/10/01/radio_sevilla/1601569121_864463.html?int=masinfo (consultado el 28/03/2021)

Cadena SER (27 de mayo de 2020). Las empresas turísticas podrán solicitar el distintivo 'Andalucía Segura' la próxima semana. *SER*.

https://cadenaser.com/emisora/2020/05/27/radio_sevilla/1590589078_504692.html?int=masinfo (consultado el 28/03/2021)

Cano, Fran (10 de mayo de 2021). Medio millón de euros para promocionar y fortalecer el destino Jaén. *Lacontradejaén*. <https://lacontradejaen.com/turismo-promocion-dipu-junta-jaen/> (consultado el 11 de mayo de 2021)

Cano, Javier (7 de mayo de 2021). "Queremos que Jaén sea una referencia museística". *Lacontradejaén*. <https://lacontradejaen.com/visita-ministro-cultura-jaen/> (consultado el 07/05/2021)

Carmona, J.M. (5 de agosto de 2018). Las mejores actividades para hacer ecoturismo en Andalucía. *ABC Andalucía*.

https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-mejores-actividades-para-hacer-ecoturismo-andalucia-201808050845_noticia.html (consultado el 08/04/2021)

Chica-Ruiz, Juan Adolfo; García Sanabria, Javier; Pérez-Cayeiro, María Luisa y Arcila Garrido, Manuel (Diciembre de 2015). Una aproximación a los instrumentos para la adaptación del cambio climático en la costa andaluza. *Universidad de Huelva*. https://www.researchgate.net/profile/Juan-Chica-Ruiz-3/publication/299367694_Una_aproximacion_a_los_instrumentos_de_adaptacion_al_cambio_climatico_en_la_costa_andaluza/links/5e79ec85a6fdceef9732bb2/Una-aproximacion-a-los-instrumentos-de-adaptacion-al-cambio-climatico-en-la-costa-andaluza.pdf (consultado el 28/03/2021)

Convocatoria de subvenciones: Extracto de la convocatoria de subvenciones para el sector turístico reguladas en el Capítulo I del Decreto-ley 4/2021, de 23 de marzo, por el que se adoptan medidas, con carácter urgente y extraordinario, como consecuencia de la situación ocasionada por el coronavirus (COVID-19), y se modifican otras disposiciones normativas. *Consejería de Turismo. Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://juntadeandalucia.es/boja/2021/535/1> (consultado el 21/04/2021)

Convocatoria de subvenciones: Extracto de la convocatoria de subvenciones para el sector de las agencias de viajes reguladas en el Capítulo I del Decreto-ley 5/2021, de 30 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes en el ámbito económico como consecuencia de la situación ocasionada por el coronavirus (COVID-19), para el sector de las agencias de viajes, para la reactivación de actos culturales promovidos por Agrupaciones, Consejos, Federaciones, Uniones u otras entidades de análoga naturaleza que integren hermandades y cofradías de Andalucía en 2021, para el mantenimiento de la actividad de los sectores del comercio minorista y de la hostelería, y se modifican otras disposiciones. *Consejería de Turismo. Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://juntadeandalucia.es/boja/2021/535/2> (consultado el 21/04/2021)

Decreto-ley: Decreto-ley 6/2021, de 20 de abril, por el que se adoptan medidas urgentes como consecuencia de la situación ocasionada por el coronavirus (COVID-19), para los sectores de los establecimientos hoteleros, de los establecimientos de apartamentos turísticos, de los campamentos de turismo y de los complejos turísticos rurales, y se modifican otras disposiciones normativas. *Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior*. <https://juntadeandalucia.es/boja/2021/535/3> (consultado el 21/04/2021)

Encuesta: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (5 de febrero de 2021). Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía: Cuarto trimestre 2020 y año 2020. *Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades*. <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/turismo/notaprensa.htm> (consultado el 06/04/2021)

Ensayo: Dieckow, Liliana Maria (10 de diciembre de 2020). El nuevo turismo: los nuevos escenarios y desafíos. *Realidad. Tendencias y Desafíos en Turismo (CONDET)*, 18(2), 131-139. <http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/condet/article/view/3049/59939> (consultado el 30/03/2021)

Escribano, David (3 de abril de 2020). Los 20 lugares más bonitos de Andalucía. *Skyscanner*. <https://www.skyscanner.es/noticias/los-20-lugares-mas-bonitos-de-andalucia> (consultado el 08/04/2021)

Europa Press (13 de abril de 2021). Moreno desvela su plan para «no perder el verano» en Andalucía: «Sería catastrófico». *Ideal*. <https://www.ideal.es/andalucia/moreno-catastrofico-perder-verano-andalucia-20210413103538-nt.html> (consultado el 13/04/2021)

Extracto Decreto-ley: Extracto del Decreto-ley 6/2021, de 20 de abril, por el que se adoptan medidas urgentes como consecuencia de la situación ocasionada por el coronavirus (COVID-19), para los sectores de los establecimientos hoteleros, de los establecimientos de apartamentos turísticos, de los campamentos de turismo y de los complejos turísticos rurales, y se modifican otras disposiciones normativas. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://juntadeandalucia.es/boja/2021/85/1> (consultado el 06/05/2021)

Extracto Orden: Extracto de la Orden de 23 de abril de 2021, de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, por la que se convocan, para el ejercicio 2021, las ayudas previstas en la Orden de 11 de diciembre de 2020, por la que se aprueban las bases reguladoras, en régimen de concurrencia competitiva, dirigidas al fomento de la implantación de las tecnologías de la información y la comunicación en los recursos e instalaciones turísticas municipales (MUNITIC). *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://juntadeandalucia.es/boja/2021/83/2> (consultado el 04/05/2021)

Ferrín Soria, Sonsoles (4 de abril de 2020). Juan Marín: "Con el bono turístico se incentivará el turismo andaluz". *SER*. https://cadenaser.com/emisora/2020/09/03/radio_sevilla/1599160039_813730.html?int=masinfo (consultado el 28/03/2021)

Ferrín Soria, Sonsoles y Sánchez Orellana, Jesús (19 de diciembre de 2020). El turismo andaluz, entre la parálisis por la pandemia y la esperanza en la vacuna. *SER*. https://cadenaser.com/emisora/2020/12/19/radio_sevilla/1608368927_237274.html (consultado el 28/03/2021)

Gabinete (11 de febrero de 2021). Almuñécar y La Herradura, destinos de Turismo Inteligente. *Granada Digital*. <https://www.granadadigital.es/almunecar-y-la-herradura-destinos-de-turismo-inteligente/> (consultado el 01/04/2021)

Guía: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. S.A. (2019). Cicloturismo. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/143531124.pdf> (consultado el 08/04/2021)

Guía: Guía práctica de recomendaciones dirigidas al sector turístico. *Junta de Andalucía*. <https://cloud.andalucia.org/index.php/s/T50sMerJckulhu1> (consultado el 22 de marzo de 2021)

Página web: Junta de Andalucía. Turismo cultural. *Junta de Andalucía*. <https://www.juntadeandalucia.es/temas/cultura-ocio/vacaciones/cultura.html> (consultado el 08/04/2021)

Ideal (21 de abril de 2021). La Junta avanza su plan para restringir la movilidad a partir del mes de mayo. *Ideal*. <https://www.ideal.es/andalucia/junta-avanza-plan-restricciones-fin-estado-alarma-movilidad-20210422160053-nt.html> (consultado el 22/04/2021)

Ideal (27 de abril de 2021). Bizum anuncia cambios en los envíos de dinero de cada usuario. *Ideal*. <https://www.ideal.es/sociedad/bizum-prepara-cambio-20210427122933-nt.html> (consultado el 27/04/2021)

Informe: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (2020). Informe Anual Turismo de cruceros 2019. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. https://juntadeandalucia.es/export/drupaljda/producto_estadistica/19/06/2019_ITCRU_A.pdf (consultado el 10 de mayo de 2021)

Informe: Pérez Muñoz, Ana Belén y Villalobos Megía, Miguel (2016). Diagnóstico turístico del municipio de Salobreña. *Diputación de Granada*. http://profesionales.turgranada.es/wp-content/files_mf/1488447992INFORMEDIAGNOSTICOSALOBRENA2017.pdf (consultado el 01/04/2021)

Jiménez Sánchez, Mercedes (11 de mayo de 2021). Andalucía bate su récord de playas con banderas azul con 137, 12 más que en 2020. *ABC Andalucía*. https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-playas-andalucia-bandera-azul-andalucia-bate-record-playas-banderas-azul-137-12-mas-2020-202105111310_noticia.html (consultado el 11 de mayo de 2021)

Jiménez, Javier (21 de mayo de 2021). Certificado Digital UE Covid: así será finalmente el 'pasaporte' que entrará a partir del 1 de julio y quiere "recuperar la movilidad" en Europa. *Xataka*. <https://www.xataka.com/medicina-y-salud/asi-sera-finamente-certificado-digital-covid-union-europea-entrara-vigor-1-julio-sigue-dejando-paises-capacidad-cerrar-fronteras> (consultado el 22 de mayo de 2021)

Junta de Andalucía (21 de abril de 2021). El paisaje del olivar en Andalucía, candidato a Patrimonio Mundial de la UNESCO. *Junta de Andalucía*. <http://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/cultura/160016/Cultura/Paisaje/Olivar/Unesco/PatrimonioMundial> (consultado el 25/04/2021)

Libro: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. S.A. (2019). Andalucía destino MICE. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. <http://www.juntadeandalucia.es/ctrjal/publicaciones/143603512.pdf> (consultado el 08/04/2021)

López Macías, Javier (26 de abril de 2021). Andalucía y Galicia reabren el debate del pasaporte vacunal: ¿Es legal? ¿Para qué serviría? ¿Se pondrá en marcha? *20 minutos*. <https://www.20minutos.es/noticia/4666065/0/propuesta-andalucia-permitir-movilidad-vacunados-discriminatorio/> (consultado el 26/04/2021)

Madrid (7 de abril de 2021). Canarias, Andalucía y Baleares son los destinos nacionales con mejor percepción para viajar en verano. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/turismo/destino-espana/noticia-canarias-andalucia-baleares-son-destinos-nacionales-mejor-percepcion-viajar-verano-20210407180752.html> (consultado el 09/04/2021)

Madrid (7 de marzo de 2021). España se posiciona como el tercer destino más deseado para viajar para los viajeros de lujo. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-espana-posiciona-tercer-destino-mas-deseado-viajar-viajeros-lujo-20210307102940.html> (consultado el 09/04/2021)

Málaga (21 de julio de 2019). La Costa del Sol se promociona para captar turistas de salud y bienestar, que gastan diez veces más que el vacacional. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/andalucia/malaga-00356/noticia-costa-sol-promociona-captar-turistas-salud-bienestar-gastan-diez-veces-mas-vacacional-20190721112958.html> (consultado el 08/04/2021)

Mundo Viajes (18 de mayo de 2021). Olvera se convierte en la nueva Capital de Turismo Rural 2021. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/viajes/espana/2021/05/18/60a3882ffdddf4b8b457d.html> (consultado el 18 de mayo de 2021)

Navarrete, Mercedes (10 de mayo de 2021). Andalucía estrenará imagen en Fitur y potenciará el turismo LGTBI, de congresos y de cine. *Ideal*. <https://www.ideal.es/granada/andalucia-estrenara-imagen-fitur-20210510120353-nt.html> (consultado el 10 de mayo de 2021)

Niza Contreras, Joaquín (9 de abril de 2021). Turismo post-vacunación. *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/comunidad/004666_turismo-post-vacunacion.html?shared&utm_source=twitter&utm_medium=social-web&utm_campaign=004666_turismo-post-vacunacion&utm_content=hoteles&utm_term=opinion (consultado el 09/04/2021)

Noticias de la Junta (8 de abril de 2021). El Gobierno andaluz anuncia que el 'Olivo Arena' de Jaén podría abrir sus puertas a partir de junio. *Junta de Andalucía*.

<http://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/educacion/159629/educacionydeporte/javierimbroda/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/juanmarin/pabellonolivoarena/jaen/apertura/diputaciondejaen> (consultado el 9 de abril de 2021)

Orden: Orden de 12 de noviembre de 2020, por la que se prorroga la vigencia del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020 y de la Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía Horizonte 2020. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2020/228/2> (consultado el 28/03/2021)

Orden: Orden de 23 de abril de 2021, por la que se convocan para el ejercicio 2021 las ayudas previstas en la de 11 de diciembre de 2020, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones, en régimen de concurrencia competitiva, dirigidas al fomento de la implantación de las tecnologías de la información y la comunicación en los recursos e instalaciones turísticas municipales (MUNITIC). *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://juntadeandalucia.es/boja/2021/83/1> (consultado el 04/05/2021)

Ortega, José Luis (25 de marzo de 2021). La aportación del turismo al PIB mundial cae a la mitad por la pandemia. *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/143169_la-aportacion-del-turismo-al-pib-mundial-cae-a-la-mitad-por-la-pandemia.html?shared&utm_source=twitter&utm_medium=social-web&utm_campaign=143169_la-aportacion-del-turismo-al-pib-mundial-cae-a-la-mitad-por-la-pandemia&utm_content=economia&utm_term=noticia (consultado el 09/04/2021)

Ortega, José Luis (6 de febrero de 2021). El turismo en Andalucía se desploma un 59% en 2020 por el coronavirus. *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/142116_el-turismo-en-andalucia-se-desploma-un-59-en-2020-por-el-coronavirus.html (consultado el 06/04/2021)

Ortega, José Luis (7 de abril de 2021). Crece el optimismo entre los viajeros europeos: el 56% se irá de vacaciones. *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/143379_crece-el-optimismo-entre-los-viajeros-europeos-el-56-se-ira-de-vacaciones.html?shared&utm_source=twitter&utm_medium=social-web&utm_campaign=143379_crece-el-optimismo-entre-los-viajeros-europeos-el-56-se-ira-de-vacaciones&utm_content=economia&utm_term=noticia (consultado el 09/04/2021)

Página web: Andalucía Inmensa. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/andalucia-inmensa> (consultado el 22 de mayo de 2021)

Página web: Andalucía Lab (2020). Innovación en Turismo en Andalucía con ejes estratégicos. Horizonte 2020. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucialab.org/blog/innovacion-en-turismo-en-andalucia/> (consultado el 19/04/2021)

Página web: Andalucía Lab (2021). Jornada online: Ayudas a PYMES del SECTOR TURÍSTICO. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucialab.org/evento/jornada-online-pymes-del-sector-turistico/> (consultado el 04/05/2021)

Página web: Andalucía Segura. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.* <https://www.andalucia.org/es/segura> (consultado el 22 de marzo de 2021)

Página web: Bono Turístico Andaluz. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local.*

<https://www.juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/areas/turismo/bono-turistico-andaluz.html> (consultado el 22 de marzo de 2021)

Página web: Enoturismo en Andalucía. *Viajeros del vino.*

http://www.viajerosdelvino.com/enoturismo/comunidad_1/andalucia (consultado el 08/04/2021)

Página web: FITUR Screen. *IFEMA.* <https://www.ifema.es/fitur/fitur-screen> (consultado el 22 de mayo de 2021)

Página web: Junta de Andalucía. Compromiso de Calidad Turística. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local.*

<https://www.juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/areas/turismo/calidad-turistica/paginas/compromiso-calidad-turistica.html> (consultado el 24 de mayo de 2021)

Página web: Junta de Andalucía. Destinos turísticos en Andalucía. *Junta de Andalucía.*

<https://www.juntadeandalucia.es/temas/cultura-ocio/vacaciones/destinos.html> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Junta de Andalucía. Turismo deportivo. *Junta de Andalucía.*

<https://www.juntadeandalucia.es/temas/cultura-ocio/vacaciones/deportes.html> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Junta de Andalucía. Turismo en espacios naturales. *Junta de Andalucía.*

<https://www.juntadeandalucia.es/temas/cultura-ocio/vacaciones/espacios-naturales.html> (consultado el 08/04/2021)

Página web: La gran ruta de cine por Andalucía. *Andalucía destino de cine*.

<https://andaluciadestinodecine.com/> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. ¿Qué es el SICTED? *Secretaría de Estado de Turismo*.

<https://www.calidadendestino.es/Contenidos/InformacionGeneral.aspx> (consultado el 24 de mayo de 2021)

Página web: Palacios de Congresos, Exposiciones y Recintos FERIALES. *Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades*.

<https://juntadeandalucia.es/organismos/transformacioneconomicsindustriaconocimientoyuniversidades/areas/comercio/palacios-congresos.html> (consultado el 8 de abril de 2021)

Página web: Palacios y Centros de Congresos. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/palacios-y-centros-de-congresos> (consultado el 8 de abril de 2021)

Página web: Patrimonio cultural. *Junta de Andalucía*. <https://juntadeandalucia.es/temas/cultura-ocio/andalucia/patrimonio.html> (consultado el 01/04/2021)

Página web: Patronato Provincial de Turismo de Granada. Información turística de La Herradura. *Diputación de Granada*.

<https://www.turgranada.es/municipio/la-herradura/#> (consultado el 01/04/2021)

Página web: Plan META 2027. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*. <https://planmeta2027.turismoandaluz.com/> (consultado el 28/03/2021)

Página web: Plan Turístico de Grandes Ciudades. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*.

<https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/areas/turismo/instrumentos-intervencion-turistica/paginas/plan-turistico-grandes-ciudades.html> (consultado el 01/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Andalucía a caballo. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.* <https://www.andalucia.org/es/turismo-y-deporte/andalucia-caballo> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Andalucía y sus vinos. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/gastronomia/andalucia-y-sus-vinos> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Astroturismo-Turismo de estrellas. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/astroturismo-turismo-de-estrellas> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Bono Turístico Andaluz. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/bonoturistico> (consultado el 28/03/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Cruceros. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/cruceros/> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Datos turismo Andalucía 2020. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/ultimos-datos> (consultado el 06/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Distintivo Andalucía Segura. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.* <https://www.andalucia.org/es/segura> (consultado el 28/03/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Estudios e informes Covid-19. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/informes-covid> (consultado el 06/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Puntos de observación astronómica de Andalucía. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/astroturismo/puntos-de-observacion-astronomica-de-andalucia> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Resintoniza Andalucía. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.* <https://www.andalucia.org/es/resintoniza-andalucia-condiciones> (consultado el 09/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Rutas de cine. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/rutas-de-cine> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Rutas en bicicleta. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/rutas-en-bicicleta> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Salud y belleza. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/salud-y-belleza/> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Seguro Internacional de Viajes de Andalucía. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/seguro-turistico> (consultado el 28/03/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Turismo activo y deportes. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/turismo-y-deporte> (consultado el 08/04/2021)

Página web: Web Oficial de Turismo de Andalucía. Turismo cultural. *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.*

<https://www.andalucia.org/es/turismo-cultural> (consultado el 08/04/2021)

Pedrosa, Jorge (8 de abril de 2021). La Junta de Andalucía amplía las ayudas al turismo. *Diario de Sevilla*. https://www.diariodesevilla.es/andalucia/Junta-Andalucia-amplia-ayudas-turismo_0_1563144212.html?utm_source=twitter.com&utm_medium=socialshare&utm_campaign=desktop (consultado el 09/04/2021)

Pérez, Enrique (17 de marzo de 2021). El Certificado Verde Digital ya es oficial: la Unión Europea presenta su pasaporte de vacunación para poder viajar. *Xataka*. <https://www.xataka.com/legislacion-y-derechos/certificado-verde-digital-oficial-union-europea-presenta-su-pasaporte-vacunacion-para-poder-viajar> (consultado el 22 de mayo de 2021)

Pinilla, Daniel (27 de abril de 2021). Diez playas de Andalucía idílicas y alejadas de la masificación. *ABC Andalucía*. https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-diez-playas-andalucia-idilicas-y-alejadas-masificacion-202104270756_noticia.html (consultado el 27/04/2021)

Plan de Turismo: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (2014). Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020. *Consejería de Turismo y Deporte*.

<https://juntadeandalucia.es/export/drupaljda/PGTSAH%202020%20Volumen%20II%20Consejo%20Gobierno.pdf> (consultado el 28/03/2021)

Post blog: AEMO (2021). Andalucía unida para que LOS PAISAJES DEL OLIVAR sean declarados Patrimonio Mundial. *Asociación Española de Municipios del Olivo*.

<https://www.aemo.es/blog/noticias-aemo-1/post/andalucia-unida-para-que-los-paisajes-del-olivar-sean-declarados-patrimonio-mundial-43> (consultado el 25/04/2021)

Post blog: Fuerte Hoteles (21 de abril de 2020). Disfruta de un viaje por las estrellas en estos diez enclaves andaluces de astroturismo. *Fuerte Hoteles*.

<https://blog.fuertehoteles.com/actividades/enclaves-andaluces-de-astroturismo/> (consultado el 08/04/2021)

Post blog: García López, Raúl (19 de febrero de 2018). 12 tendencias tecnológicas que transformarán el turismo en 2018. *Aprende de Turismo*.

<https://www.aprendedeturismo.org/12-tendencias-tecnologicas-en-turismo-2018/> (consultado el 01/04/2021)

Post blog: Sánchez, Antonio. Turismo urbano y tendencias. *Andalucía Lab*.

<https://www.andalucialab.org/blog/turismo-urbano-y-tendencias/> (consultado el 01/04/2021)

Prensa (10 de marzo de 2021). El concurso español para elegir la Capital del Turismo Rural 2021 recibe un 20 % más de candidaturas. *Efetur*. <https://www.efetur.com/noticia/capital-turismo-rural-2021-candidaturas/> (consultado el 09/04/2021)

Prensa (27 de marzo de 2021). Los cierres perimetrales disparan la ocupación de los alojamientos rurales. *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/143194_los-cierres-perimetrales-disparan-la-ocupacion-de-los-alojamientos-rurales.html?shared&utm_source=twitter&utm_medium=social-web&utm_campaign=143194_los-cierres-perimetrales-disparan-la-ocupacion-de-los-alojamientos-rurales&utm_content=hoteles&utm_term=noticia (consultado el 09/04/2021)

Prensa (29 de marzo de 2021). Andalucía y Segittur impulsarán la transformación de los destinos turísticos de la región. *Agenttravel*. https://www.agenttravel.es/noticia-041322_Andalucia-y-Segittur-impulsaran-la-transformacion-de-los-destinos-turisticos-de-la-region.html (consultado el 09/04/2021)

Prensa (30 de marzo de 2021). La Junta impulsa la pesca-turismo para potenciar la diversificación del sector andaluz. *Agro Diario Huelva*. <https://agrodariohuelva.es/la-junta-impulsa-la-pesca-turismo-para-potenciar-la-diversificacion-del-sector-andaluz/> (consultado el 09/04/2021)

Presentación: Foro Málaga (2021). Presentación Seguimiento PGTSAH2020. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*.

<https://pgtsa2127.turismoandaluz.com/presentacion-seguimiento-pgtsah2020> (consultado el 09/04/2021)

Redacción (17 de mayo de 2021). ¿Por qué la Sierra de las Nieves será el tercer parque nacional de Andalucía? *Verde y azul*. <https://verdeyazul.diarioinformacion.com/por-que-la-sierra-de-las-nieves-sera-el-tercer-parque-nacional-de-andalucia.html> (consultado el 18 de mayo de 2021)

Redacción (19 de mayo de 2021). Tarifa tendrá un centro de alto rendimiento de la vela y los deportes náuticos de deslizamiento. *Europa Sur*.

https://www.europasur.es/tarifa/centro-alto-rendimiento-nauticos-vela-fitur-2021_0_1575444083.html (consultado el 19 de mayo de 2021)

Redacción (22 de enero de 2019). Turismo de interior en Andalucía: el potencial de la belleza. *Diario de Sevilla*.

https://www.diariodesevilla.es/fitur/turismo-interior-Andalucia-potencial-belleza_0_1321068133.html (consultado el 08/04/2021)

Redacción. T.R (18 de marzo de 2021). Andalucía intensifica la colaboración con el sector de reuniones. *Expreso*.

https://www.expreso.info/noticias/espana/81339_andalucia_intensifica_la_colaboracion_con_el_sector_de_reuniones (consultado el 09/04/2021)

Resolución: Resolución de 19 de abril de 2021, de la Secretaría General para el Turismo, por la que se somete a información pública el proyecto de Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027. *Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local*.

<https://juntadeandalucia.es/boja/2021/78/16> (consultado el 27/04/2021)

Rivera, A. (19 de mayo de 2021). Fitur arranca con el debate del IVA superreducido para competir con Grecia e Italia. *El Confidencial*.

https://www.elconfidencial.com/economia/2021-05-19/fitur-debate-iva-superreducido-grecia-italia_3089283/ (consultado el 20 de mayo de 2021)

Ruiz Fájula, Damián (12 de agosto de 2017). La turismofobia brota en Málaga. *El Mundo*.
<https://www.elmundo.es/andalucia/2017/08/12/598df439468aebb41a8b45cf.html> (consultado el 10 de mayo de 2021)

Sevilla (19 de abril de 2021). La Junta de Andalucía espera alcanzar los 16 millones de turistas este verano. *ABC Andalucía*. https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-junta-andalucia-espera-alcanzar-16-millones-turistas-este-verano-202104191249_noticia.html (consultado el 19/04/2021)

Sevilla (31 de marzo de 2021). Andalucía, líder nacional en destinos y empresas con certificación de calidad Sicted. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/turismo/destino-espana/noticia-andalucia-lider-nacional-destinos-empresas-certificacion-calidad-sicted-20210331121633.html> (consultado el 09/04/2021)

Sevilla (8 de abril de 2021). Más de 150 profesionales participarán en abril en mesas de dinamización de producto turístico. *Europa Press*. <https://www.europapress.es/andalucia/noticia->

[mas-150-profesionales-participaran-abril-mesas-dinamizacion-producto-turistico-20210408141638.html](https://m.europapress.es/andalucia/turismo-00476/noticia-sector-turistico-cierra-2019-andalucia-16-mas-ventas-12-mas-beneficios-exceltur-20200115143001.html) (consultado el 09/04/2021)

Sevilla/Madrid (15 de enero de 2020). El sector turístico cierra 2019 en Andalucía con un 1,6% más de ventas y un 1,2% más de beneficios, según Exceltur. *Europa Press*.

<https://m.europapress.es/andalucia/turismo-00476/noticia-sector-turistico-cierra-2019-andalucia-16-mas-ventas-12-mas-beneficios-exceltur-20200115143001.html> (consultado el 28/03/2021)

Tesis Doctoral: Durán Román, José Luis (30 de septiembre de 2020). Oportunidades para la aplicación de una nueva fiscalidad turística a nivel regional. El caso de Andalucía. *Universidad de Jaén*. <http://ruja.ujaen.es/bitstream/10953/1035/6/9788491593782.pdf> (consultado el 28/03/2021)

Trabajo de Fin de Grado: Arévalo Rodríguez, Isabel (mayo de 2020). Los Parques Naturales de la provincia de Jaén: puesta en valor de un atractivo singular para el turismo nacional y francófono. *Universidad de Jaén*.

http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/12740/1/TFG_Los_Parques_Naturales_de_la_provincia_de_Jan.pdf (consultado el 28/03/2021)

Trabajo de Fin de Grado: Godoy Lucenilla, Victoria (julio de 2020). Evolución del turismo andaluz 2.0. *Universidad de Sevilla*.

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/104952/GODOY_LUCENILLA_V%28179%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y (consultado el 28/03/2021)

Trabajo de Fin de Grado: Juárez Jiménez, María José (octubre de 2020). Perfil sociodemográfico del turista y atractivo del destino: análisis del contexto andaluz y jiennense. *Universidad de Jaén*. http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/13048/1/TFG_Maria_Jos_octubre.pdf (consultado el 28/03/2021)

Trabajo de Fin de Grado: Muñoz Sáez, Alejandro (julio de 2020). Auge del turismo deportivo. *Universidad de Jaén*. <http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/13016/1/tfg.pdf> (consultado el 28/03/2021)

Trabajo de Fin de Grado: Pérez Sánchez, Pablo (julio de 2020). Estrategias de marketing en el sector de la restauración y hostelería en Andalucía con motivo de la COVID-19. *Universidad de Jaén*. <http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/12847/1/TFG%20.pdf> (consultado el 28/03/2021)

Trabajo de Fin de Grado: Quesada Arias, Laura (julio de 2020). Promoción turística en tiempos de COVID-19. *Universidad de Jaén*.

http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/13019/1/Promocin_Turstica_en_Tiempos_de_COVID19.pdf (consultado el 30/03/2021)

Trabajo de Fin de Grado: Quiñones García, Ainoa. (julio de 2020). Uso del big data en el ámbito de los destinos turísticos inteligentes. *Universidad de Sevilla*.

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102790/QUI%c3%91ONES_GARCIA_A%28179%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y (consultado el 30/03/2021)

Trabajo Fin de Máster: Guitart Roch, Montserrat (junio de 2020). Turismo y sostenibilidad en una ciudad inteligente. *Universitat Oberta de Catalunya*.

<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/118366/6/mguitartroTFM0620memoria.pdf> (consultado el 30/03/2021)

Tweet: Turismo Andaluz (9 de marzo de 2021). El turismo rural, con un incremento de reservas respecto a 2019 del 35%, fue el segmento turístico protagonista en el pasado año. Cazorla (Jaén) fue el más visitado. *Empresa Pública Turismo Andaluz*.

<https://twitter.com/andalucianet/status/1369249137779179522> (consultado el 09/04/2021)

Vázquez, Candela (29 de abril de 2021). Todas las novedades del bono turístico de Andalucía tras reabrir la movilidad entre provincias. *ABC Andalucía*. https://sevilla.abc.es/andalucia/sevi-medidas-covid-andalucia-todas-novedades-bono-turistico-andalucia-tras-reabrir-movilidad-entre-provincias-202104291052_noticia.html (consultado el 29/04/2021)

Verde y Azul (17 de abril de 2021). Playas andaluzas pueden retroceder hasta 46 metros en 2100, alerta el Gobierno. *Sport*. <https://www.sport.es/es/noticias/verdeyazul/playas-andaluzas-retroceder-46-metros-11662189> (consultado el 17/04/2021)

Vilarasau, Diana Ramón (4 de abril de 2021). La UE lanzará los pasaportes sanitarios en junio y ya tiene un prototipo. *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/143323_la-ue-lanzara-los-pasaportes-de-vacunas-en-junio-y-ya-tiene-un-prototipo.html?shared&utm_source=twitter&utm_medium=social-web&utm_campaign=143323_la-ue-lanzara-los-pasaportes-de-vacunas-en-junio-y-ya-tiene-un-prototipo&utm_content=economia&utm_term=noticia (consultado el 09/04/2021)

Yaben, Manuel (7 de abril de 2021). Estancias más largas y más baratas: así es el turismo internacional en la era Covid. *El Independiente*.

https://www.elindependiente.com/economia/2021/04/07/estancias-mas-largas-y-mas-baratas-asi-es-el-turismo-internacional-en-la-era-covid/?utm_source=share_buttons&utm_medium=twitter&utm_campaign=social_share (consultado el 09/04/2021)

ANEXOS

Pictogramas por sectores del sello Andalucía



Alojamientos



Agencias de viajes



Campos de Golf



Hostelería



Andalucía **segura**



Información turística



Guías de turismo



Andalucía **segura**



Playas



Turismo Activo



Andalucía **segura**



Balnearios