

Turismo crea un «laboratorio» para investigar el sector y ayudar a las empresas

«Andalucía Lab», que se ubicará en Marbella, primer instrumento para la **nueva política de innovación turística** de la Junta

J. M. CAMACHO

MÁLAGA. «Dar conocimiento a la experiencia», «innovar», «ganar el futuro». Fueron las frases más repetidas ayer por el presidente andaluz, José Antonio Griñán, en la presentación en Málaga de las que serán las nuevas líneas estratégicas de la Consejería de Turismo, basadas en la innovación y la sostenibilidad. Dos premisas que, según apuntó el presidente, impregnarán las políticas de todos los departamentos de su Gobierno.

Pero ayer tocaba el turismo, un sector que genera más de 17.100 millones de euros de ingresos anuales en la comunidad, gracias a los 25 millones de turistas que atrae cada ejercicio y los 425.000 puestos de trabajo que crea. Pero que aún así está afectado por la crisis.

Por eso, y consciente de la importancia de la industria turística andaluza, el presidente quiso dar relieve con su presencia y la de los consejeros de Innovación y Turismo, Martín Soler y Luciano Alonso, a un acto multitudinario en la capital malagueña asistido por más de medio millar

de personas— en el que se presentó el primero de los instrumentos que deben guiar esta nueva política, el «Andalucía Lab», que echará a andar este mismo año.

Se trata de un laboratorio de inteligencia turística ubicado en Marbella y que tendrá como cometido analizar las tendencias de los mercados, impulsar la competitividad de los destinos andaluces y trabajar junto a los empresarios para aportarles soluciones que les permitan afrontar en las mejores condiciones

los cambios que vayan produciéndose.

El centro, que aspira a convertirse en un referente en materia de innovación turística, tendrá una inversión inicial de 1,8 millones de euros, aunque esta cifra se elevará a los 4 millones, ya que se prevé rehabilitar la antigua sede de Turismo Andaluz en Marbella.

El Laboratorio de Inteligencia Turística de Andalucía constará de cuatro áreas: «Research Lab», «Testing Lab», «Demo Lab» y «Consulting

Lab». En el primero se identificará las líneas principales de investigación en turismo. Su acción se basará en el trabajo en red con grupos de investigación nacionales y extranjeros y la interacción multidireccional de profesionales, empresarios, administraciones, proveedores y turistas, entre las que se encuentran el diseño de portales de comercialización, estudio de perfiles profesionales o proyectos para reducir la estacionalidad.

El «Testing Lab» analizará las tecnologías de otros sectores y destinos para su adaptación al sector turístico andaluz y una permanente de vigilancia y prospección tecnológica, como la robótica o dispo-

sitivos móviles, para su aplicación al turismo; mientras que en el «Demo Lab» se probarán las soluciones tecnológicas en escenarios simulados y se estudiará el comportamiento de los clientes.

Consultoría a empresarios

Por último, el «Consulting Lab» prestará un servicio personalizado de consultoría de innovación a empresarios y profesionales para facilitar el desarrollo de proyectos de mejora de la competitividad de la oferta, como el comercio electrónico, gestión de recursos humanos, reducción de costes o sistemas de ahorro energético.

Además de estas áreas, el Andalucía Lab contará con aulas de aceleración empresarial, que acogerán sesiones de formación dirigidas a subsectores de la oferta turística; un salón de eventos para celebrar jornadas profesionales; y el espacio denominado «Patio de la innovación» para presentaciones de proyectos de investigación y productos comerciales o para la celebración de talleres de trabajo tecnológicos o intersectoriales.

Con este instrumento, ~~resaltó el presidente de la Junta~~, Andalucía podrá dar el salto cualitativo que merece y convertirse en referente.

Andalucía, el «efecto mariposa» y la sostenibilidad

El acto organizado ayer por la Junta en Málaga para presentar su nueva política de innovación turística pudo calificarse como espectacular por todos aquellos que asistieron. La proyección de un video promocional, con imágenes inéditas y otras más conocidas sobre la comunidad y un breve espectáculo, que incluyó el vuelo de dos actrices como si fueran mariposas, cautivó a los invitados, que agradecieron el aire acondicionado instalado en la sala tras el primer trépano del verano, que ha llegado a la Costa del Sol con inusitada

fuerza en los últimos días. «El «efecto mariposa» empieza en Andalucía», el nuevo título de la campaña de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta, que sustituye al «Andalucía sólo hay una», sorprendió al medio millar largo de empresarios y profesionales del sector turísticos presentes en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga. Los asistentes alucinaron «en colores» —como las habituales alas de las mariposas, aunque las de ayer iban vestidas de blanco— cuando vieron revolotear por el aire a las dos artistas que se movían de un sitio a otro gracias a una grúa instalada en uno de los salones del recinto. De este modo, cobraban vida unas mariposas muy especiales. Y sostenibles.