

Editorial

“La constante evolución del turismo: innovación, tecnología, nuevos productos y experiencias”

Jose Antonio Fraiz Brea*
Universidad de Viugo (España)

La industria del turismo es un sector en continuo cambio y evolución, fruto de las actuales tendencias que el consumidor turístico demanda. Se está ante un consumidor, el turista, cada vez más informado, y en consecuencia, mucho más exigente, teniendo internet un papel vital en dicha circunstancia. El turismo es un mercado global y cualquier turista tiene a golpe de *click* de ratón información de cualquier destino turístico del mundo, alojamiento concreto, atractivo turístico o de un restaurante. Hoy en día los turistas consumen y comparten sus experiencias, ya sea en redes sociales, blogs o webs especializadas (TripAdvisor, Booking...). Es mucha la información al alcance de todos, pudiendo comparar y elegir aquello que más se adapta a los gustos y preferencias particulares, familiares o de grupo.

Pero el actual turismo no es sólo el poder conocer las experiencias de otros, sino el buscar y encontrar experiencias nuevas y propias. Este cambio de mentalidad es también una realidad turística, en la que el consumidor busca tipos de turismo nuevos, emergentes, no los clásicos modelos demandados por todos. De ahí que, en un intento de satisfacer a segmentos diferenciados o incluso nichos de mercado hasta ahora no cubiertos, se creen continuamente nuevos productos turísticos o se complementen de modo atractivo y con cierto matiz innovador los hasta ahora existentes.

Fruto de todo ello, la investigación en turismo es cada vez más amplia y enriquecedora, haciéndose incluso necesaria la organización de eventos o encuentros en que los investigadores de este campo puedan por un lado dar a conocer sus avances y por otro conocer los avances de sus colegas investigadores. Todo ello con el objetivo de contribuir a una investigación conjunta y global, fructífera para el campo del turismo.

Con el fin de dar cabida a estos expertos y especialistas del turismo y avanzar de manera conjunta en el estudio del turismo, surgen organizaciones como AECIT (1994), la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. Tal y como se establecen en sus estatutos, entre sus objetivos se encuentran “el fomento y desarrollo de cauces que permitan la consecución de niveles elevados de cualificación profesional y de desarrollo tecnológico en la educación y gestión turística, y de excelencia en el sector turístico”, “el intercambio de *know-how* turístico y la cooperación técnica a nivel internacional y nacional” o “la sensibilización de la sociedad respecto a la importancia de la investigación para la actividad turística”. Además del desarrollo de las actividades en sí de la asociación, ésta viene celebrando desde el año 1995 un encuentro anual para que precisamente los investigadores puedan compartir sus conocimientos y progresos. El turismo siempre tiene cabida en estas jornadas, pero año a año se propone un tema específico objeto de estudio; un tema actual y relevante.

Por otra parte, son cada vez más las jornadas y congresos que aún no siendo exclusivos de turismo, integran dentro de sus áreas de estudio el turismo, llegando a convertirse éste en referente en lo que respecta a la recepción de comunicaciones.

* E-mail: jafraiz@uvigo.es

Así, se presentan en el número especial de esta revista aportaciones del XVII Congreso de AECIT (Carballiño, 2012) y las XXV Jornadas Hispanolusas de Gestión Científica (Ourense, 2015). En el primer caso, el lema fue: “Creación y desarrollo de productos turísticos: innovación y enfoque experiencial”. En el segundo caso, “Tendiendo puentes entre la investigación y la transferencia de conocimiento”, teniendo un peso relevante el turismo, ya que más de 25 comunicaciones fueron recibidas en esta área.

El presente número especial de la revista PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, recopila precisamente 13 de los mejores trabajos presentados a los eventos mencionados, de ahí, que tenga por título “La constante evolución del turismo: innovación, tecnología, nuevos productos y experiencias”.

Entre los trabajos recopilados se encuentran temas como la aparición de nuevos productos turísticos, como el holeriturismo, la influencia de las redes sociales en este actual mercado *online*, necesidades formativas tecnológicas, nuevas tecnologías turísticas o aspectos de relevante importancia como segmentar el mercado en función de las actitudes del consumidor. A ello se añaden dos notas de investigación que continúan abordando dicha temática, como el turismo experiencial, y dos reseñas entre la que se encuentra la del libro *Turismos de Interior*, que abarca un amplio abanico de turismo dentro de este tipo emergente.

Finalmente, quiero agradecer el apoyo, confianza y paciencia del director de la Revista, Agustín Santana Talavera, así como la oportunidad concedida para elaborar este monográfico, fruto de un trabajo previo en los dos eventos científicos internacionales mencionados; y en los que he tenido la importante colaboración de Noelia Araújo Vila, sin la cual este proyecto editorial no se haría realidad.