



# Entrevista a Philipp Heuri



# Entrevista a PHILIPP HEURI

CHIEF TOURISM OFFICER / DIRECTOR DE TURISMO,  
EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR, JUNTA DE ANDALUCÍA



Y mi formación especializada han sido fundamentales para adquirir capacidades transversales y adaptarme a las distintas estrategias de marketing requeridas en este sector en constante evolución.

## 2 A grandes rasgos, ¿qué ofrece Andalucía al visitante?

Andalucía es un destino turístico de primer nivel que combina una rica diversidad cultural, histórica y natural. Ofrece experiencias únicas que van desde playas paradisíacas en la Costa del Sol y la Costa de la Luz, hasta monumentos emblemáticos como la Alhambra de Granada y la Mezquita-Catedral de Córdoba. Además, los visitantes pueden disfrutar de una variada oferta gastronómica, entornos naturales de gran belleza y festivales de renombre internacional como la Feria de Abril de Sevilla o el Festival de Cine de Málaga.

La región se posiciona como un destino moderno, innovador y sostenible, capaz de satisfacer las principales motivaciones de los viajeros: ocio, descanso, clima y autenticidad. Los turistas pueden encontrar opciones adaptadas a diferentes intereses, desde el turismo de lujo hasta experiencias más personalizadas que destacan la identidad andaluza.

## 3 ¿Hacia dónde va la promoción turística de Andalucía?

A través de una importante campaña de comunicación de posicionamiento de marca, la promoción turística de Andalucía se centra

## 1 ¿Podrías contarnos un poco sobre tu trayectoria en el sector del turismo y cómo llegaste a ser el director de Turismo y Marketing de Turismo y Deporte de Andalucía?

Mi trayectoria en el sector turístico se ha caracterizado por una sólida formación académica y una amplia experiencia profesional que me han permitido desarrollar una visión integral del marketing aplicado al turismo. Soy licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por ESIC Business & Marketing School.

A lo largo de mi carrera, he tenido la oportunidad de involucrarme en diversas áreas del sector turístico, enfocándome en la promoción, comercialización y desarrollo de productos y negocios turísticos. Esta experiencia me ha brindado una perspectiva global y una comprensión profunda de las dinámicas del mercado turístico. Mi dominio de varios idiomas



# Entrevista a PHILIPP HEURI

CHIEF TOURISM OFFICER / DIRECTOR DE TURISMO,  
EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR, JUNTA DE ANDALUCÍA

en atraer un turismo de mayor calidad y con mayor impacto económico. Se busca alargar las estancias, aumentar el gasto medio por visitante y diversificar la oferta para desestacionalizar el turismo.

La estrategia también está orientada a fortalecer la colaboración público-privada, integrando al sector empresarial en la toma de decisiones y desarrollando productos innovadores que respondan a las nuevas demandas de los viajeros. Además, se está priorizando la mejora de la conectividad y la promoción de la región como un destino sostenible y con una oferta diferenciada.

En el ámbito internacional, se están abriendo nuevos mercados emergentes como el Asia-Pacífico y Norteamérica, sin dejar de atender a los mercados europeos tradicionales. También se está prestando especial atención a las nuevas generaciones de turistas, como la Generación Z, que valoran la sostenibilidad, la autenticidad y la innovación.



**4 Este año Andalucía es destino nacional premium de la gira de workshops CEAV Protour. ¿Qué importancia tienen estos eventos para la promoción de Andalucía como destino turístico?**

Ser el destino nacional premium en la gira de workshops CEAV Protour es una oportunidad estratégica para Andalucía. Estos eventos permiten presentar la oferta turística de la región directamente a agencias de viajes y profesionales del sector en diferentes ciudades, facilitando la creación de alianzas y promoviendo el destino de manera efectiva.

Esta iniciativa amplía el alcance promocional de Andalucía en mercados clave y fortalece

su posicionamiento como un destino diverso, accesible y de alta calidad. La participación en CEAV Protour ayuda a visibilizar la oferta más allá de los productos tradicionales, destacando experiencias innovadoras y personalizadas que responden a las nuevas tendencias del turismo global.

**5 A finales de año, CEAV celebrará la 8ª Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes en Jaén. ¿Qué significa para Andalucía ser la sede de la cumbre por segundo año consecutivo?**

Acoger la 8ª Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes en Jaén por segundo año (en realidad no consecutivo, 2023 y 2025) refuerza la imagen de Andalucía como un destino de referencia internacional. Este



# Entrevista a **PHILIPP HEURI**

CHIEF TOURISM OFFICER / DIRECTOR DE TURISMO,  
EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE TURISMO Y ANDALUCÍA EXTERIOR, JUNTA DE ANDALUCÍA

evento reúne a líderes y profesionales del sector turístico de todo el mundo, proporcionando una plataforma única para mostrar la riqueza cultural, patrimonial y natural de la región.

Ser la sede de la cumbre permite consolidar la posición de Andalucía como un destino preparado para albergar eventos de gran envergadura, fortalecer la colaboración con las agencias de viajes y abrir nuevas oportunidades de negocio. Además, proyecta la imagen de la región como un lugar moderno, innovador y con una infraestructura sólida para el turismo MICE (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones).



## **6** ¿Cómo trabaja Turismo de Andalucía con las agencias de viajes y cómo pueden éstas colaborar más eficazmente con el gobierno andaluz para promover el turismo en la región?

Turismo de Andalucía mantiene una colaboración estrecha con las agencias de viajes, considerándolas socios estratégicos para la promoción del destino. Esta colaboración se desarrolla a través de programas de formación, workshops, fam trips y campañas conjuntas que permiten a las agencias conocer en profundidad la oferta turística de la región.

El modelo de trabajo se basa en la corresponsabilidad y la co-gobernanza, integrando al sector privado en la toma de decisiones y en el diseño de estrategias de promoción. Para colaborar más eficazmente, las agencias de viajes pueden participar activamente en las iniciativas regionales, aportar información sobre las demandas del mercado y trabajar en la creación de productos innovadores que reflejen la diversidad de Andalucía.

La Consejería de Turismo y Andalucía Exterior fomenta un diálogo continuo con el sector, asegurando que las agencias de viajes cuenten con las herramientas necesarias para ofrecer a sus clientes experiencias auténticas, sostenibles y adaptadas a las nuevas tendencias del turismo.



# ESTE VERANO **DESCUBRE EL NORTE DE EUROPA** CON **COSTA CRUCEROS.**

