



Sevilla

PLAN
IMPACT
TURISMO

Sevilla
Turismo

NO8DO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

PLAN 8 SEVILLA. PLAN IMPACTO TURISMO SEVILLA

Junio, 2020

Equipo redactor:

CONTURSA – Turismo de Sevilla

Secretaría Técnica:

Acp Cercania Consultores, SL

Consejo Asesor:

- *Ada Bernal*
- *Adolfo Borrero*
- *Enrique Ybarra*
- *Jesus Caballero Pinto*
- *Jose Maria Ávila*
- *Juan García González*
- *Manuel Cornax*
- *Tomás González*

Índice

Presentación	4
Plan 8 Sevilla, objetivos, gobernanza y proceso participativo	6
Contexto de partida: la crisis sanitaria	15
Plan de Impacto	25
Línea 1: Oferta de Destino	28
Línea 2: Segmento Mice	49
Línea 3: Conectividad Destino	59
Línea 4: Promoción Nacional	69
Línea 5: Promoción Internacional	79
Línea 6: Comunicación & Marketing Digital	87
Línea 7: Destino Sostenible Inteligente	99
Línea 8: Actuaciones complementarias de choque	111
Actuaciones de ejecución inmediata	118
Marco presupuestario	122



Presentación

La actual crisis sanitaria del COVID-19 está generando un antes y un después en nuestras vidas, afectando, como no, al turismo de nuestra ciudad. Son muchas las instituciones oficiales que han afirmado que este sector será uno de los últimos en recuperarse.

Ante esta situación excepcional, Ayuntamiento de Sevilla, profesionales y empresas del sector, asociaciones empresariales, sindicatos y la ciudadanía en general hemos emprendido un trabajo conjunto que nos ha permitido elaborar un **plan de impulso del turismo que reformule la política turística municipal con el objetivo de recuperar la actividad y el empleo**, al que hemos denominado **Plan 8 Sevilla**. Este se articula en torno a 8 ejes o líneas de trabajo a partir de las cuales se establecen las acciones a desarrollar.

Este Plan se ha concebido desde la certeza que la recuperación de los mercados turísticos será progresiva y de que, posiblemente, se tengan que producir reajustes en las acciones planificadas debido a las posibles variaciones que en los próximos meses se puedan producir respecto a las restricciones a la circulación y concentración de personas.

El turismo en Sevilla debe asumir un papel proactivo en esta crisis, convirtiéndose en un agente protagonista del cambio. Por ello, desde el Ayuntamiento de Sevilla hemos centrado los esfuerzos, a través de la participación de entidades y ciudadanía, en elaborar un Plan, una herramienta, que además de facilitar la reactivación del sector turístico genere resultados e impactos que perduren en el tiempo, aportando sostenibilidad al Destino Sevilla.

Antonio Muñoz

Teniente de alcalde delegado del Área de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo del Ayto. Sevilla



1

Plan 8 Sevilla, objetivos, gobernanza y proceso participativo

El *Plan 8 Sevilla* se gesta como respuesta necesaria y urgente del Destino a la situación actual de crisis sanitaria, de forma que todos los actores implicados en el desarrollo turístico de la ciudad definan e impulsen una estrategia para la reactivación del sector.

En este sentido, Plan 8 Sevilla, como plan de impulso y reactivación del sector, se articula en base a los siguientes **objetivos**:

1 # Apoyar a empresas y autónomos del sector, con la consecuente recuperación del empleo, a través de la ordenación, promoción y comunicación de la oferta.

2 # Reactivar y recuperar las conexiones con destinos nacionales y europeos.

3 # Aumentar las condiciones de seguridad del Destino y su percepción por parte de los mercados turísticos.

4 # Desarrollar un nuevo modelo de comunicación y marketing que contribuya a restablecer y mejorar el posicionamiento de la ciudad de Sevilla.

5 # Fortalecer las alianzas y colaboraciones con el sector turístico, tanto las internas con agentes locales, como las externas con prescriptores y compradores turísticos.

6 # Avanzar en la Sostenibilidad del Destino, desarrollando actuaciones que perduren en el tiempo y que favorezcan el cambio de paradigma que este sector demanda y demandará en el futuro.

Este Plan, por tanto, se ha concebido, como una herramienta de impulso al sector que, de forma planificada y consensuada, facilite la recuperación y la posición de liderazgo del destino Sevilla. Y que, alineada a la Estrategia Sevilla 2030, contribuya a alcanzar los objetivos estratégicos de ciudad.

*“El turismo es un sector económico estratégico en la ciudad. ………La estrategia y acciones para el desarrollo del turismo en la Sevilla Compartida tendrán siempre como elemento central el **interés y el bienestar de la ciudadanía sevillana**.*

*El impulso del turismo en Sevilla tiene como referencia el aumento en la **calidad del producto turístico**, la inteligencia y la planificación aplicada a una gestión transparente y compartida. Se trabajará en la **ampliación del espacio turístico**, …… El eje del río Guadalquivir puede y debe jugar un papel a este respecto. Se mejorará la calidad de la experiencia turística que obtienen las personas visitantes……El sector turístico activará acciones de comunicación dirigidas a la propia ciudadanía sevillana, para impulsar la imagen positiva de esta actividad. Se impulsarán medidas para controlar actividades irregulares e ilegales, sobre todo aquellas que tienen consecuencias más negativas para la ciudadanía, y se impulsará una mejora de la formación y de las condiciones laborales de los trabajadores y trabajadoras del sector turístico”. **Estrategia Sevilla 2030***

Además, el Plan 8 Sevilla se convertirá en la hoja de ruta para los próximos meses del nuevo ente de gobernanza turística de la ciudad, fruto del proceso de integración del Consorcio de Turismo de Sevilla en Contursa. Este hecho, sin duda, potenciará y facilitará la perfecta ejecución del Plan gracias a un nuevo modelo de gobernanza y de promoción con mayor proyección para posicionar a Sevilla en el mercado turístico.

El Plan 8 Sevilla asume las recomendaciones de la *Organización Mundial del Turismo (OMT)* proporcionando herramientas que preparan al sector de cara a los posibles escenarios futuros derivados de la crisis sanitaria. Del mismo modo, el Plan se alinea con el *Plan Renacer Turismo 2020-2023*, diseñado por Exceltur, que marca una hoja de ruta a nivel nacional para la reconstrucción de la industria turística.

Gobernanza y proceso participativo

El Plan 8 Sevilla se ha concebido como una herramienta urgente de planificación, diseñándose a través de un proceso de gobierno y participación amplio y diverso que proporcionará sostenibilidad y eficacia a su implementación.

Los instrumentos de participación generados durante la elaboración del Plan han sido los siguientes:

Mesas Expertos

Mesas sectoriales/temáticas en las que han participado 117 expertos y expertas en las distintas temáticas del Plan8. Siete mesas con expertos y una mesa con las instituciones y agentes locales más representativos.

Plataforma participación online abierta

Ha permitido la participación abierta de 200 agentes y ciudadanía a través de la remisión de propuestas de actuación en cualquiera de los 8 ejes de trabajo previstos.

Consejo Asesor

El Consejo Asesor Plan 8 ha sido el órgano de asesoramiento continuo del equipo redactor del Plan 8.

Órgano Concertación

Conformado por los principales agentes económicos y sociales de la ciudad se encargará del apoyo en el impulso y ejecución del Plan.

El Plan se ha elaborado durante 8 semanas, articulando un proceso participativo secuencial que ha permitido procesar y definir las **95** actuaciones que lo componen:

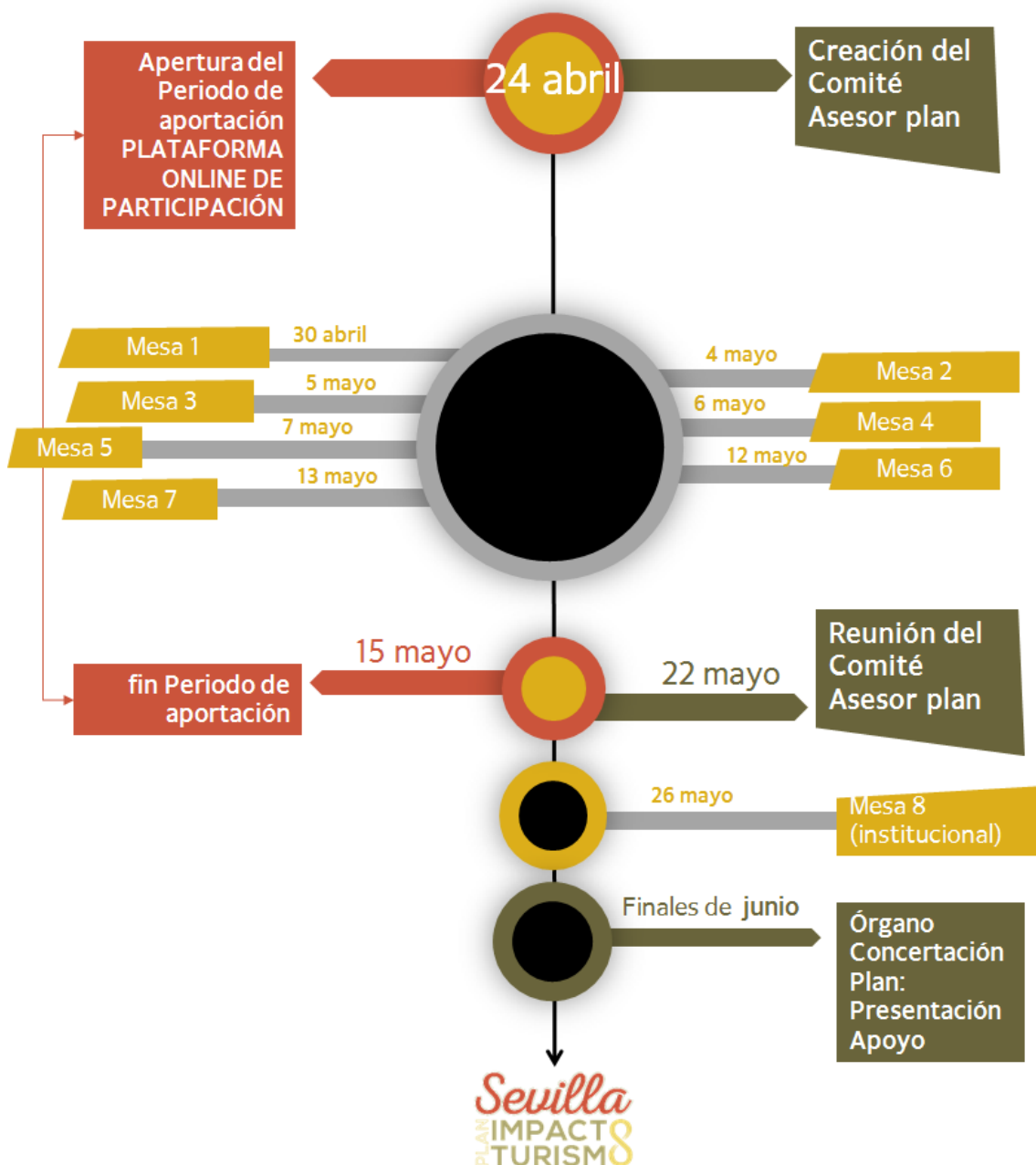


Ilustración 1: Proceso participativo calendario de trabajo

Se ha articulado en torno a 8 líneas de trabajo, las cuales en primera instancia han permitido definir y organizar 8 mesas de trabajo (7 mesas de expertos y 1 mesa de carácter institucional). A través de estas líneas se han estructurado, posteriormente, las actuaciones.

1. OFERTA DESTINO
2. SEGMENTO MICE
3. CONECTIVIDAD
4. PROMOCIÓN NACIONAL
5. PROMOCIÓN INTERNACIONAL
6. COMUNICACIÓN & MARKETING DIGITAL
7. DESTINO SOSTENIBLE INTELIGENTE
8. ACTUACIONES COMPLEMENTARIAS
(de otras áreas municipales y otras instituciones)

La alta participación de actores locales, expertos y ciudadanía en general durante todo el proceso de elaboración aportan credibilidad y sostenibilidad al resultado obtenido. Han sido más de 800 las aportaciones recibidas y analizadas por el equipo redactor con el apoyo técnico del Consejo Asesor.

La participación ha sido un proceso metodológico complejo debido a la inmediatez de la planificación, pivotando en torno a las 7 temáticas preestablecidas.

805 aportaciones

Valoración expertos + evaluación
equipo redactor y Consejo Asesor

95 actuaciones Plan 8

7 mesas temáticas de expertos

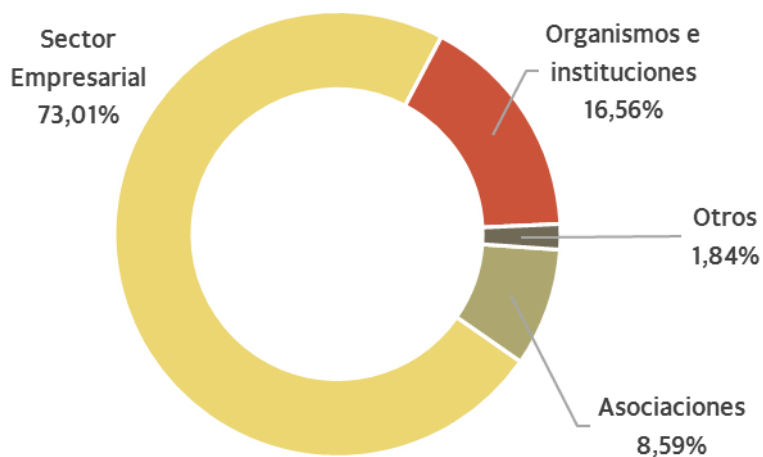
117 participantes en las mesas

1 mesa sobre actuaciones
complementarias de choque
-de otras instituciones y de
otras áreas municipales-

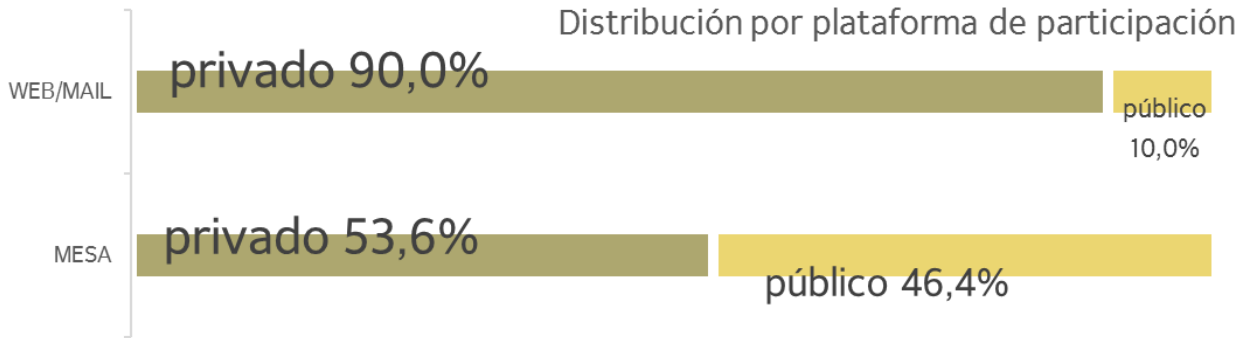
200 participantes en todas las
herramientas de trabajo

A continuación, se muestran, gráficamente, algunos datos ilustrativos del proceso de elaboración de este Plan 8.

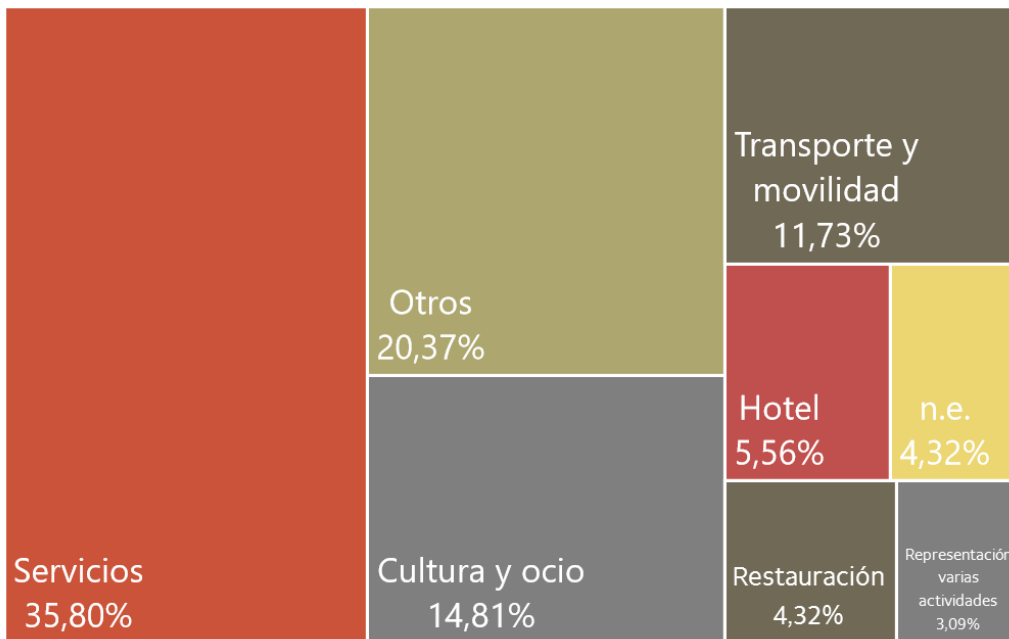
Un total de 145 entidades representadas, 14 asociaciones, 25 organismos e instituciones.



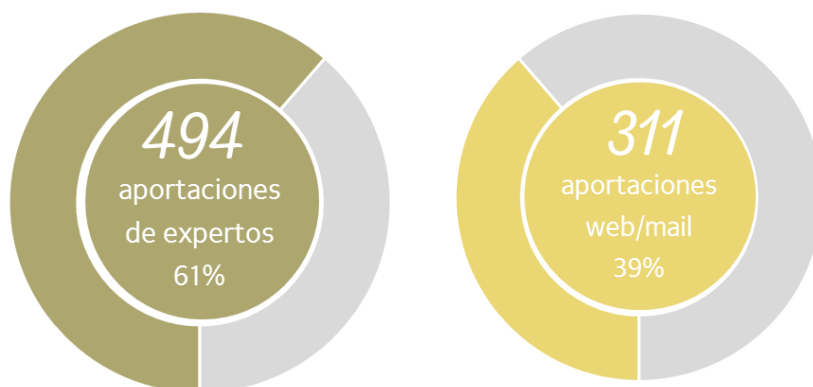
Un 84,7% de los participantes privados, frente al 15,3% del sector público.



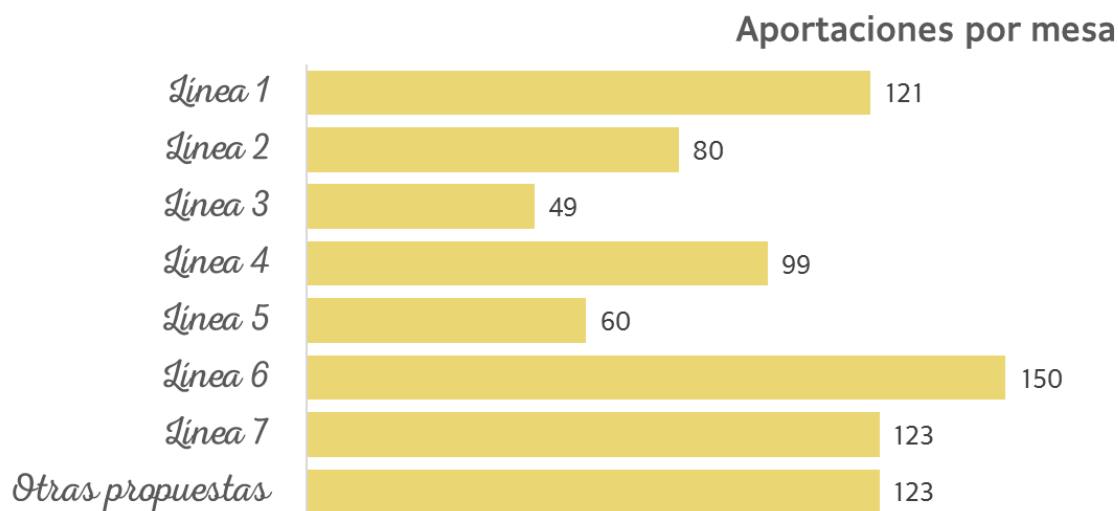
Entre los participantes se ha contado con entidades, expertos e instituciones de distintas actividades vinculadas con el turismo (Servicios, Cultura, Transporte, Hoteles...)



805 participaciones entre todas las herramientas de trabajo:



En todas las mesas se han aportado gran cantidad de propuestas y comentarios:





2.

Contexto de partida: la crisis sanitaria

Contexto de partida: la crisis sanitaria

Su gran riqueza patrimonial, una diversificada oferta turística, la importante dotación de infraestructuras de transporte y una prestación de servicios turísticos de calidad han convertido a Sevilla en uno de los destinos urbanos más importantes de España.

El posicionamiento de Sevilla como destino turístico previo al avance de la pandemia se sustenta en las cifras que ha ido registrando durante los últimos años. Sevilla es el **tercer destino urbano con mayor importancia del conjunto nacional**, por detrás de Madrid y Barcelona, con una demanda turística que alcanza cerca de tres millones de viajeros en la actualidad.

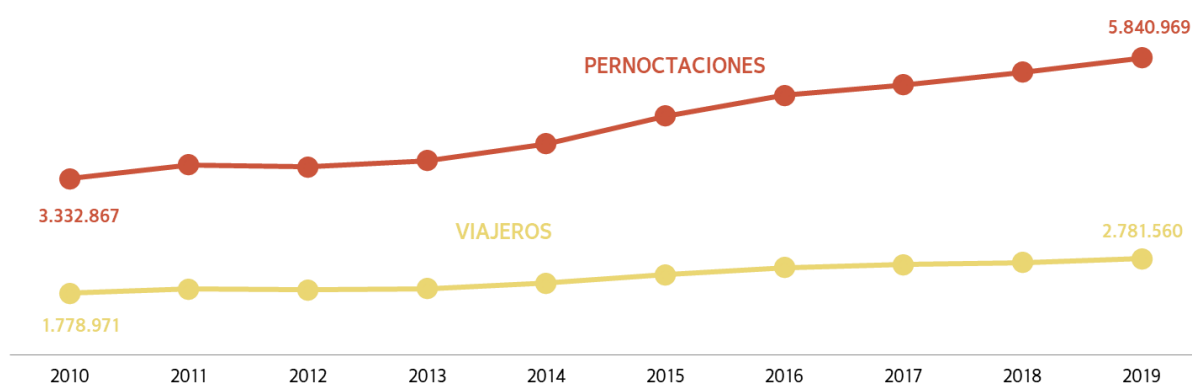


Gráfico Evolución del número de pernoctaciones y viajeros en establecimientos hoteleros de Sevilla

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

Sevilla recibió en 2019 más de 2,7 millones de turistas que generaron un total de 5,8 millones de pernoctaciones hoteleras en la ciudad, con una estancia media de 2,1 noches y una ocupación media del 68,94%.

Los procesos de gobernanza turística desarrollados en los últimos años han propiciado la consolidación de un modelo turístico con una oferta diversificada y se erigen en la actualidad en herramientas clave para dar respuesta a la crisis sobrevenida del Covid-19.

Las cifras de demanda registradas en estos últimos años debe ser el horizonte para el impulso de la recuperación turística de la ciudad y para ello se hace fundamental seguir fortaleciendo el modelo turístico y continuar trabajando en el posicionamiento de Sevilla como destino.

La notable capacidad sanitaria de Sevilla unida a la actitud resiliente mostrada por la ciudadanía ante la pandemia debe facilitar el posicionamiento de la ciudad como Destino Seguro, referente a nivel nacional e internacional.

Perspectivas del sector

Sin duda alguna, la aparición de la Covid-19 ha golpeado duramente al sector turístico y los datos apuntan a que su recuperación será mucho más lenta que la de otros sectores económicos. En la actualidad los ingresos procedentes de la actividad turística se han reducido a mínimos, hecho derivado de la declaración del Estado de Alarma el pasado 15 de marzo de 2020, que ha supuesto el cierre de actividades económicas y la implantación de importantes medidas de confinamiento afectando gravemente a toda la cadena de valor turística.

Pese a la situación derivada de la crisis sanitaria, es el momento de mostrar la capacidad del turismo como sector líder, y la cooperación por parte de todo el entramado turístico es fundamental para su fortalecimiento. Para ello, hay que convertir este contexto en una oportunidad de desarrollo turístico enfocado hacia modelos turísticos sostenibles y que pongan en valor aspectos implícitos de los destinos que ahora son prioritarios como la seguridad o la atención sanitaria.

El sector turístico siempre ha salido fortalecido de las crisis que han impactado sobre él en el pasado. Por mencionar las más recientes, la industria del turismo tuvo que afrontar con aplomo los ataques terroristas a las Torres Gemelas en septiembre de 2001, el SARS en 2003 y la crisis económica de 2009. Situaciones que, pese a la importante reducción del número de viajeros, la caída de las tarifas y la inminente necesidad de reajustar costes de operación para enfrentar los nuevos temores de los viajeros supuso un proceso de reinención y los números del turismo a nivel global se restablecieron e, incluso, se alcanzaron cifras históricas.

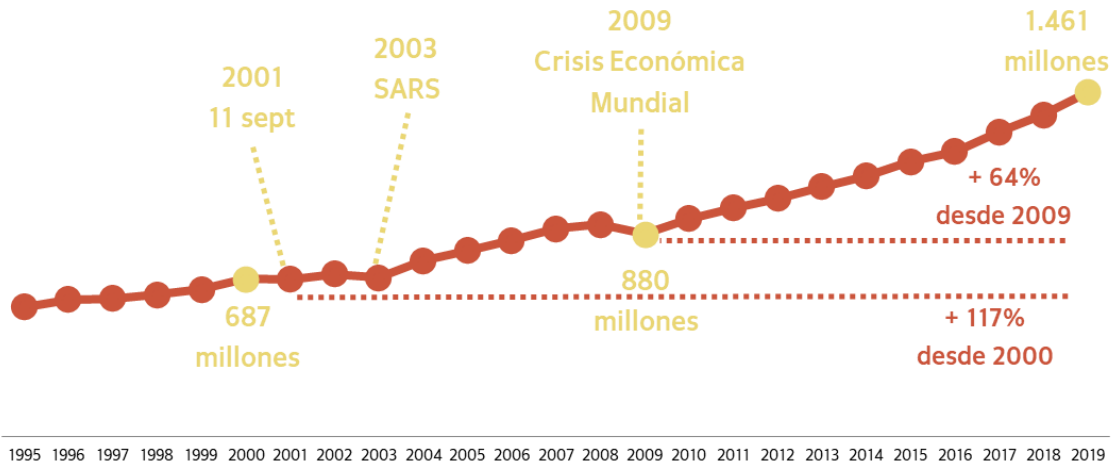


Gráfico. Evolución del número de viajeros internacionales. 1995-2019

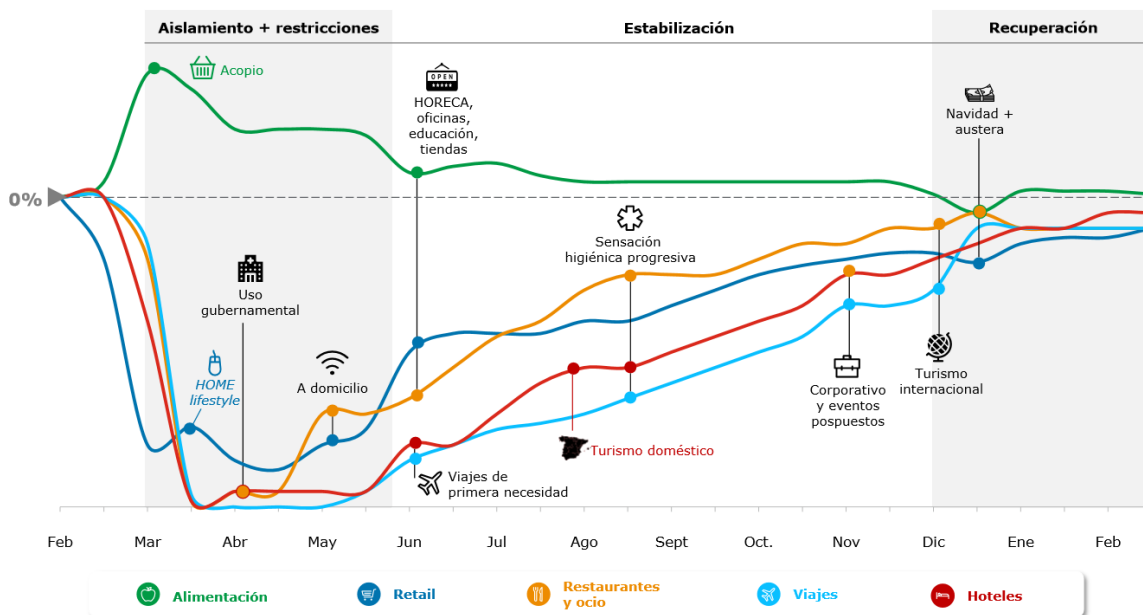
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

La situación actual ha modificado las perspectivas del sector durante el 2020 y ha llevado a poner el foco en la reactivación de la actividad turística en el corto plazo centrada en el mercado local y nacional en primera instancia. La definición de estrategias de aplicación inmediata es la base del centro de operaciones del sector turístico nacional.

El aplazamiento de la temporada alta turística implica la ralentización económica de las empresas del sector y, en consecuencia, de todo el conjunto turístico. A ello se le une la estacionalidad de la actividad turística, dependiente, en gran medida, de la época estival. Ante este escenario de incertidumbre, con un continuo registro de pérdidas, la solución es potenciar el turismo interno, por ser el primer mercado que podrá recuperarse a corto plazo y al que se le permitirá realizar viajes dentro del propio país.

Las previsiones muestran una recuperación más inmediata de la restauración y el ocio y que el turismo y los viajes lo harán de forma progresiva, comenzando por los viajes domésticos, siguiendo por los regionales y finalmente por los internacionales. De manera conjunta, se prevé que el sector turístico español se recupere totalmente en los primeros meses de 2021.

Análisis sectorial (%Var. sobre Año Anterior)



Escenarios de recuperación del sector turístico ante el Covid-19

Fuente: Informe “Impacto y escenarios de recuperación en consumo y distribución”

Para ello, el sector se está reactivando y preparando ante la eliminación progresiva de las restricciones a la movilidad por las autoridades sanitarias. Mientras tanto, las tareas primordiales que se están desarrollando son campañas de promoción y publicidad de que motiven la visita y destaquen, por encima de todo, la seguridad.

Una de las claves a la hora de captar al nuevo turista tras la pandemia será generar confianza en el destino y para ello, entre otras cuestiones, será esencial **retener al cliente** que había reservado antes de la crisis sanitaria. En este sentido, los establecimientos de alojamiento están posponiendo las reservas que ya tenían contratadas para este año, dando facilidades y aplicando descuentos, en su caso, para motivar el aplazamiento y no la cancelación. De esta manera, se reafirma el compromiso con el cliente, al que se muestra una imagen más cercana del destino. En cualquier caso, los hoteleros desaconsejan establecer estrategias de bajadas de precios para la captación de clientes, pues puede ser totalmente contraproducente, afectando especialmente a los pequeños establecimientos.

Otro aspecto a tener en cuenta es el previsible crecimiento de los **desplazamientos en coche**, pues el turista en un principio se verá motivado a realizar viajes en su propio vehículo derivado, principalmente, de la percepción de seguridad a la hora de compartir espacios públicos en función de los protocolos que se establezcan en los medios de transporte. En cuanto al regreso de la demanda internacional, se espera que se

produzca de manera generalizada en los últimos meses de 2020. En este sentido, la relevancia de las compañías aéreas es imprescindible para la reactivación de un mercado que en la región andaluza supone más del 50% de la demanda.

Por su parte, el papel que van a jugar las **agencias de viajes** de cara a la comercialización de los destinos va a ser fundamental en esta situación, ya que su función asesora se basa en ofrecer respuestas concretas y garantías de todos los productos a los consumidores. Con total seguridad, el turista post Covid-19 buscará un asesoramiento más profesional y cualificado que sólo se podrá conseguir a través de los agentes de viajes. Por ello, la prestación de servicios turísticos necesita ofrecer una mayor flexibilidad de manera que se anime al cliente a comprar con antelación.

Para paliar las posibles problemáticas derivadas de la situación actual, son diversas las entidades públicas y privadas que están trabajando de manera inmediata en la búsqueda de soluciones y buenas prácticas para el sector turístico, de manera que reviertan en su pronta recuperación.

Tanto es así que **la OMT considera que el turismo ocupa una posición privilegiada a la hora de liderar la futura clave de la recuperación económica** de los países y que, para ello, apoyar el turismo debe ser una prioridad en la planificación que se realice como respuesta a la crisis.

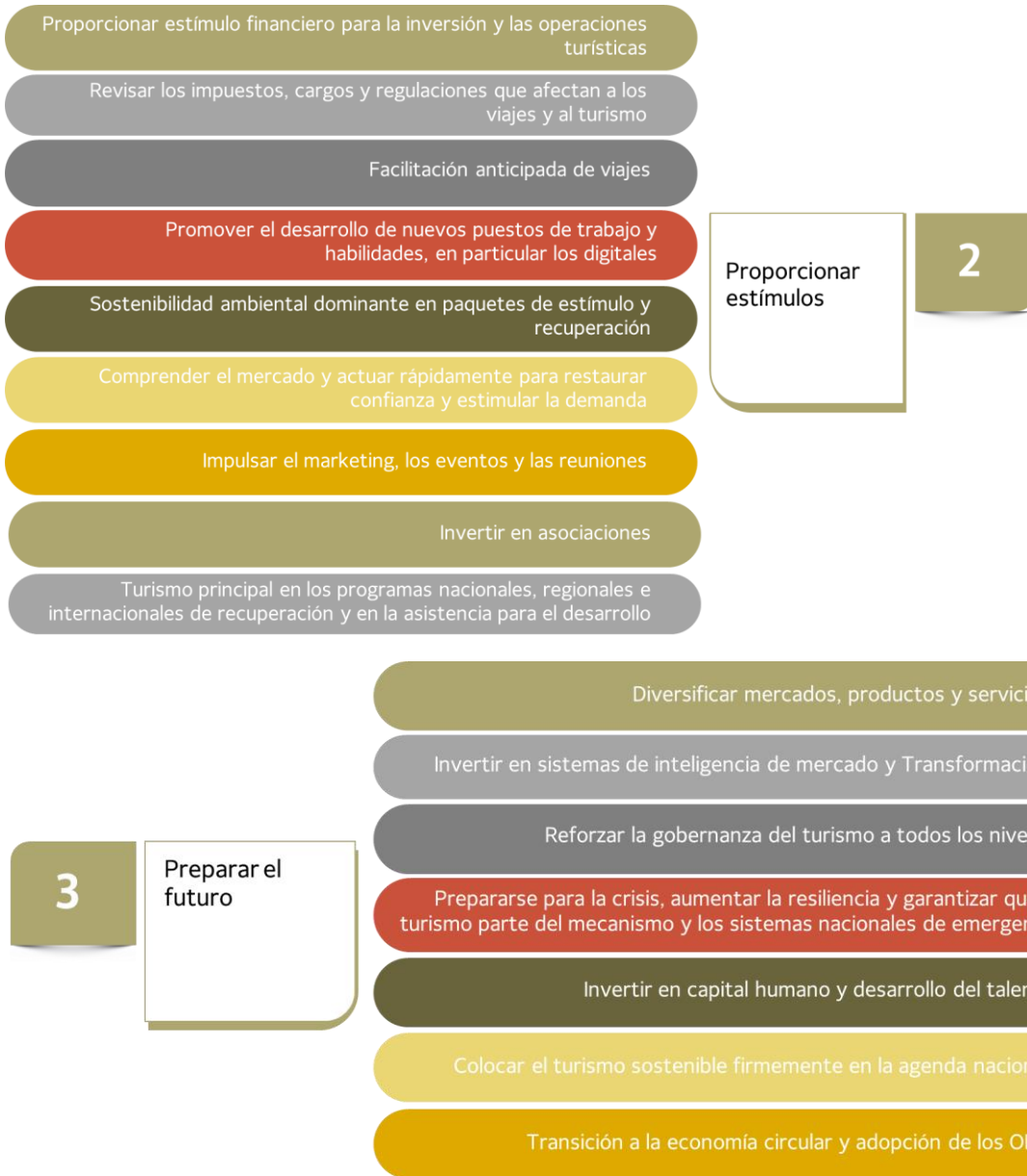
Ante el escenario actual provocado por la evolución de la pandemia del Covid-19, la OMT ha establecido **23 recomendaciones** que se engloban en tres grandes bloques para que los países puedan reactivar su actividad turística de manera sostenible.



2.

Sevilla PLAN IMPACTO TURISMO 8

Contexto de Partida La crisis sanitaria



Si en el ámbito global la OMT realiza estas recomendaciones generales, **Segittur**, como sociedad estatal española dedicada a la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas, ha elaborado una serie de indicaciones para la adaptación y regeneración del sector turístico nacional.



2.

1. Es fundamental centrar los esfuerzos en el marketing enfocado en generar productos y experiencias adaptadas al nuevo consumidor turístico y al retorno de la inversión.
2. Los destinos que cuenten con un portfolio de ofertas y experiencias basadas en productos al aire libre y en contacto con la naturaleza se recuperarán más rápido.
3. Los destinos deben enfocarse en el rediseño de estrategias orientadas al mantenimiento de la oferta y el empleo, y centradas en la nueva gobernanza derivada de este contexto.
4. La oferta deberá incorporar medidas que garanticen la seguridad del visitante, para lo que será necesario contar con indicaciones y ayuda de la Administración.
5. La cooperación con los destinos en materia de comunicación será esencial.
6. El sector deberá adoptar las medidas que garanticen la seguridad, la salubridad de los servicios turísticos y la confianza del turista lo antes posible.
7. La consideración del turismo como uno de los aspectos más relevantes dentro de las decisiones políticas.
8. La gobernanza y la interacción público-privada serán claves en la adaptación del sector a la nueva realidad turística.
9. Los destinos con identidad propia y elementos diferenciadores que además garanticen la seguridad y la sostenibilidad natural y cultural serán los más competitivos para captar demanda.
10. La incorporación del impacto del turismo en el bienestar y desarrollo de la población residente tomará importancia en los conceptos de productividad y competitividad.

Por su parte, Exceltur, en representación de las empresas más relevantes de la cadena de valor turística, ha elaborado el **Plan Renacer Turismo 2020-2023** con el fin de superar la situación de emergencia en la que se encuentra actualmente el sector turístico y poner sobre la mesa un programa de reconstrucción económica que incluya al turismo como sector prioritario.

2.

Fase 1

Destinada a garantizar la mayor supervivencia del tejido empresarial turístico, facilitando el recorte de gastos y las menores tensiones de liquidez

1. Posibilitar la adecuación del personal a la actividad de la empresa

2. Reducir la tensión sobre la tesorería de las devoluciones por cancelaciones

3. Facilitar la negociación de alquileres

4. Facilitar la liquidez empresarial

5. Minimizar la carga por pago de impuestos

6. Medidas específicas para líneas aéreas

1. Establecer el calendario que facilite la movilidad y reinicio de los viajes

2. Definición de condiciones mínimas para el desescalado de los servicios turísticos

3. Estrategia de comunicación positiva ante los consumidores finales

4. Plan especial para destinos con una baja actividad en 2020

Enfocada en la apertura gradual de instalaciones y recuperación de operaciones y ventas para seguir garantizando la liquidez y asegurar la supervivencia empresarial

Fase 2

Fase 3

Orientada a establecer estrategias y modelos de gestión que consoliden y refuercen una competitividad turística más sostenible, fortalezcan el liderazgo y la gobernanza público-privada y supongan un gradual reposicionamiento turístico.

1. Refuerzo de la capacidad de liderazgo y gestión turística del Estado y del sistema de gobernanza

2. Apuesta por un mayor liderazgo y coordinación turística interinstitucional

3. Diseño de una nueva hoja de ruta estratégicas 2021-2025

4. Acciones transformadoras prioritarias



3

Plan de Impacto

3.

Plan de Impacto

El presente capítulo recoge el plan de actuaciones del Plan 8 Sevilla, estructurado en base a las 8 líneas de trabajo establecidas. Un total de 95 actuaciones a ejecutar durante los próximos meses y que permitirán alcanzar los objetivos establecidos.



3.1

Línea 1: Oferta de Destino

Esta línea de trabajo gira en torno al fortalecimiento de la oferta turística del destino, promoviendo la innovación, la sostenibilidad y la seguridad como vectores clave para la generación y/o adaptación de productos y servicios adecuados al nuevo contexto turístico provocado por la actual crisis sanitaria.

Las experiencias y productos temáticos, la oferta de alojamiento y restauración o la adaptación del hábitat urbano son los pilares en los que se sustentará el trabajo a realizar en este eje de actuación, cuyo cometido será, como no puede ser de otro modo, la consolidación de Sevilla como destino seguro. Para ello, será clave la planificación y control de las aglomeraciones de personas en el espacio turístico y en los recursos más visitados. Asimismo, las actuaciones a realizar permitirán recuperar su posicionamiento estratégico como uno de los destinos urbanos más competitivos a nivel nacional y con una importante proyección internacional. En este sentido, el Ayuntamiento de Sevilla pondrá a disposición del sector y del turista herramientas para la ordenación de la oferta, para el asesoramiento y capacitación del sector privado, para la facilitación y para la dinamización de la oferta en estos primeros meses de reactivación.

La colaboración público-privada seguirá siendo uno de los pilares elementales en la diversificación de la oferta turística de Sevilla, repercutiendo indiscutiblemente en el crecimiento del destino y, además, contribuirá a una pronta recuperación del sector turístico de la ciudad.

Actuaciones

1.1	Programación/reprogramación de agenda cultural, deportiva y de otros eventos asumiendo criterios de seguridad.
1.2	Fortalecimiento de la Oficina de Apoyo al Sector Turístico (OAST).
1.3	Creación y/o impulso de Clubes de Producto Turístico de la ciudad
1.4	Intervención en espacios patrimoniales que faciliten la ampliación del espacio turístico: Muralla de la Macarena, la Plaza del Altozano o la conexión entre el Paseo de la O y la Calle Betis.
1.5	Dotación de contenidos y acciones de incentivación de visitas en espacios de interpretación
1.6	Programa de fortalecimiento de los productos artesanales/puntos de venta de la ciudad (cerámica, mantones, etc.)
1.7	Ampliación de los horarios de cierre del Alcázar, Giralda, museos, iglesias y demás activos monumentales.
1.8	Desarrollo de rutas turísticas-culturales adaptadas a las condiciones de movilidad y accesibilidad que existan en cada momento a los principales recursos.
1.9	Realización de un plan de usos de la dársena del río Guadalquivir
1.10	Impulso para la creación de productor turístico en torno a la Cartuja "Cartuja Zone".
1.11	Impulso del producto de turismo de cine en Sevilla.
1.12	Potenciación de la oferta en torno al V Centenario de la Vuelta al Mundo.
1.13	Organizar un gran evento deportivo de concienciación social local, de ejecución inmediata y a corto plazo.
1.14	Plan de choque para la mejora de las condiciones de seguridad de infraestructuras y servicios de movilidad.
1.15	Acciones de protección y de mejora de la seguridad del paisaje urbano y servicios públicos generales.
1.16	Creación de un Nodo de Formación y Transferencia de Conocimiento compartido del sector turístico de Sevilla.
1.17	Desarrollo del proyecto "Sevillano Turista".
1.18	Programa de potenciación de nuevos espacios turísticos para su vista.
1.19	Programa de captación de eventos deportivos nacionales e internacionales a medio plazo para la ciudad.
1.20	Programa un verano cultural al aire libre en Fibes.
1.21	Creación de la Mesa de Turismo de Cruceros.
1.22	Implementación del "Sello de Seguridad Global" del Destino Sevilla.

-
- 1.23 Creación y puesta en marcha de un producto de turismo sanitario, en colaboración Agencias de Viajes, dirigido al sector sanitario y de seguridad.
-

Actuación 1.1 Programación/reprogramación de agenda cultural, deportiva y de otros eventos asumiendo criterios de seguridad

Descripción Esta actuación es inmediata y constante, de hecho, el Ayuntamiento ha publicado una programación de eventos en calendario, asumiendo la importancia de minimizar aglomeraciones y adecuando las necesarias herramientas de seguridad sanitaria, lo cual habrá que adaptar según el momento sanitario que se tengan en la fecha de celebración. Esta programación se divulgará y trasladará al sector, informando con la máxima antelación de los ajustes que se pudieran necesitar. La programación cultural y deportiva durante los próximos meses (verano y otoño 2020) ya está establecida, la cual se tendrá que trasladar a agentes y ciudadanía. Esta se caracteriza por:

- Agenda cultural: Exposiciones y actividades Caixaforum, Exposiciones Espacio Santa Clara; Noches en los Jardines del Alcázar; Nocturama; Bienal de Flamenco; Perfopoesia; Festival del Títere, Celebración Orgullo Gay; Festival de Swing, Feria del Libro, FEMAS (Festival de Música Antigua de Sevilla), Festival de Cine Europeo, Feria del libro antiguo, Monkey Week, Fest (Festival de Artes Escénicas), Fundación Cristina Heeren: Concurso “Talento Flamenco 2020”, etc.

Además, otros espacios culturales de la ciudad están reprogramando aun sus actividades culturales. Nos referimos por ejemplo al Teatro Central (está ultimando un programa de artes escénicas “Música en los Museos”), Auditorio Rocío Jurado, Fundación Cajasol, Centro Andaluz de Arte Contemporáneo CAAC, Cartuja Center, etc.

Hay que tener en cuenta el programa específico que se va a poner en marcha en el marco del plan8, el *Programa de Eventos Culturales al Aire Libre que se van a celebrar en FIBES en verano*.

- Agenda deportiva. Los eventos programados se desarrollarán entre los meses de octubre a diciembre. Estos son: Carrera Nocturna del Guadalquivir KH-7; Carrera Parque Infanta Elena; Carrera de la Mujer; Carrera Casco Antiguo; Carrera Parque de María Luisa; Sevilla sobre ruedas; Carrera Nervión San Pablo; y Carrera Parque de Miraflores. La Zurich Maratón de Sevilla se ha programado para el 14 de febrero de 2021.

Hay que destacar como en la actualidad se está valorando la posibilidad de celebrar la Carrera Nocturna en un sábado para potenciar su efecto turístico.

Actuación

1.2 Fortalecimiento de la Oficina de Apoyo al Sector Turístico (OAST)

Descripción

Esta oficina tiene el objetivo de atender las demandas dirigidas a la institución que gestiona las políticas turísticas de la ciudad de Sevilla, que procedan de turistas o visitantes, de empresas turísticas locales, y empresas turísticas no locales interesadas en la generación de proyectos o eventos en la ciudad. La OAST estará formada por:

- OAST: Oficina de Información Turística. Orientada a las necesidades del visitante y el ciudadano.
- OAST: Sevilla Venues. Orientada a las empresas turísticas para la generación de eventos en la ciudad.
- OAST: Oficina de Rodajes. Orientada en la atención a productoras y empresas especializadas en cine y fotografía, importante para la promoción del destino.
- OAST: Atención empresarial. Destinada a la atención de empresas locales y sus necesidades, donde se incluya el asesoramiento empresarial, sellos de calidad turística en el destino (SICTED), ayudas a la promoción, ayudas a la creación de productos turísticos, ayuda en la gestión de proyectos empresariales dentro del Ayuntamiento de Sevilla, y AYTUR.

Además, de forma inmediata realizará una continua difusión de los protocolos de seguridad frente al Covid-19 en edificios visitables por el público, alojamientos, comercios, hostelería, y resto de establecimientos turísticos (tomando como referencia los relativos al ICTE, a la certificación WTTC o a Andalucía Segura), a través de la organización de webinarios formativos y comunicación continua con establecimientos. Estas actuaciones serán continuas, implicando un seguimiento en las posibles actualizaciones que se realicen, por ejemplo, en los protocolos sanitarios del ICTE, con el objeto de informar y comprometer al sector en su cumplimiento.

El fortalecimiento se articulará, fundamentalmente, con la creación de una nueva plataforma tecnológica que de sustento a la Oficina de forma que el servicio de ésta sea más acorde a las necesidades y expectativas del sector. Esta plataforma estará integrada a otras herramientas y entornos digitales que se desarrollen en el marco del Plan (Entorno Web de Turismo Sevilla, Market Place, etc.).

Además, se desarrollarán nuevos contenidos digitales que potencien los distintos servicios de la OAST, especialmente los relativos al segmento MICE (Sevilla Venues).

Actuación

1.3 Creación y/o impulso de Clubes de Producto Turístico de la ciudad

Descripción

Se crearán y/o potenciarán una serie de productos turísticos estratégicos para el Destino y que, además, pueden facilitar la reactivación del sector en la actualidad. En este, sentido se impulsarán a través de Clubes de Producto, de forma que, de manera planificada y ordenada, y de la mano del sector privado, se programen y ejecuten actuaciones de creación de productos/experiencias y de comunicación y promoción. Estos clubes son: Turismo Idiomático, Casas Palacio, Saborea Sevilla, Deportivo, Shopping, Flamenco y Religioso.

Respecto al *Turismo Idiomático*, se trabajará en la consolidación del club existente con las entidades más representativas, desarrollando un programa de actuación para reactivar la oferta vinculada al turismo idiomático, priorizando las actuaciones dirigidas al estudiante de USA. También se desarrollarán campañas dirigidas a este segmento.

Paralelamente a la creación del *Club Casas Palacios*, se irá trabajando en la generación de una oferta conjunta de Casas Palacio con restaurantes o catering de calidad de la ciudad y espectáculos (teatros, flamenco, lírica, jazz...) que amplíen la oferta turística. Además, será importante para rubricar un acuerdo de "Casas Palacio" con el Alcázar de Sevilla para que pertenezca a la asociación como Socio de Honor.)

En cuanto al *Club de Producto de Turismo Religioso*, se iniciará paralelamente el proceso de creación del producto (identificación y contactos con recursos y servicios) y el desarrollo de acciones promocionales ligadas con la creación de una Red de Ciudades de Turismo Religiosa, la promoción del turismo halal y la organización de la Exposición Imago Solis que trata de una exhibición artística sobre la historia del cristianismo en Andalucía.

Además, relacionado con el producto religioso -aunque diferente-, se potenciará el turismo espiritual, segmento cada vez más demandado a nivel internacional.

La puesta en marcha del *Club de Producto Turístico Shopping Sevilla*, conllevará la creación de rutas turístico-comerciales, entre ellas la Ruta de Artesanía de la ciudad, el diseño de rutas personalizadas y accesibles del comercio de la ciudad ofreciendo servicios exclusivos como personal shopper y asesor de imagen (turismo premium), y el desarrollo de una acción especial de comunicación en comercios emblemáticos de la ciudad.

La puesta en marcha del *Club de Producto de Turismo Deportivo* de Sevilla, que se tendrá que poner en marcha de la mano de especialistas en este segmento, conllevará la puesta en marcha de acciones de promoción, algunas de las cuales forman parte de otras actuaciones del Plan 8.

Saborea Sevilla es un producto de turismo gastronómico de la ciudad, alineado a la iniciativa nacional de Saborea España. Este producto se impulsará a través de la consolidación de la cooperación público-privada (club de producto), fortaleciendo este segmento y favoreciendo su acción promocional.

Del mismo modo, el *Club de producto turístico vinculado al flamenco* se pondrá en marcha paralelamente a las medidas de comunicación previstas en el Plan 8.

Actuación

1.4

Intervención en espacios patrimoniales que faciliten la ampliación del espacio turístico: Muralla de la Macarena, la Plaza del Altozano o la conexión entre el Paseo de la O y la Calle Betis

Descripción

Esta actuación tiene el objetivo de ampliar y mejorar el espacio turístico de la ciudad, para lo cual se propone la intervención en determinados espacios patrimoniales.

En uno de los ámbitos de intervención propuestos, es importante resaltar el valor del Muelle Camaronero, en conexión entre el Paseo de la O y la Calle Betis, que completa el paseo fluvial que conecta el río desde la Cartuja hasta Los Remedios. Además, en esta zona se encuentra la Iglesia de Santa Ana y la Casa de las Columnas, dos recursos patrimoniales de gran relevancia turística.

Por otro lado, la intervención en la Muralla de la Macarena propiciará la mejora del entorno turístico de la zona norte del centro de la ciudad.

Esta actuación se alinea con el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla, concretamente con la Iniciativa de Contenido Turístico A.1. (Intervención en el espacio urbano a través de la recuperación y puesta en valor del patrimonio arqueológico e histórico).

Actuación 1.5 Dotación de contenidos y acciones de incentivación de visitas en espacios de interpretación

Descripción Sevilla cuenta con un conjunto de espacios de interpretación de gran potencial pero que no recibe las visitas deseadas. Para ello se plantea la dotación de nuevos contenidos innovadores y de calidad en algunos de los espacios de interpretación más relevantes del destino, como pueden ser Marques de Contadero, Cerámica Santa Ana o Castillo de San Jorge.

Otras acciones para incentivar la visita a estos espacios y a otros como el Espacio Santa Clara o el Palacio de los Marqueses de La Algaba serán el desarrollo de campañas de promoción ligadas al propio sevillano o al turista de cercanía que será el primero que nos visite. Dichas acciones forman parte del Plan 8.

Esta actuación se alinea con el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla, concretamente con la Iniciativa de Contenido Turístico D.2. (Dotación de contenidos en espacios de interpretación).

Actuación 1.6 Programa de fortalecimiento de los productos artesanales/puntos de venta de la ciudad (cerámica, mantones, etc.)

Descripción Esta actuación tiene como objetivo la promoción y apoyo a la comercialización de productos artesanales típicos (merchandising) del destino Sevilla. Para ello, esta actuación se articulará a través de las siguientes etapas:

- Reunión con la Federación de Artesanos de Sevilla para confeccionar el proyecto y para ir seleccionando artesanos
- Realización de un estudio de mercado sobre los productos susceptibles de formar parte de esta iniciativa
- Establecimiento de acuerdos con artesanos
- Desarrollo de contactos con empresas como Amazon y El Corte Inglés, con el fin de mediar/apoyar a los artesanos

Como consecuencia de esta acción, en Punto de Información turística de Marques de Contadero expondrá los productos/merchandising seleccionado para su venta.

Actuación 1.7 Ampliación de los horarios de cierre del Alcázar, Giralda, museos, iglesias y demás activos monumentales

Descripción

Se trata de una acción inminente y de gran trascendencia en las próximas semanas y meses, favoreciendo el acceso en condiciones de mayor seguridad y confortabilidad.

En primera instancia será necesario recabar y coordinar las reaperturas y horarios actuales y futuros de los todos los monumentos y equipamientos más importantes (ya se ha iniciado esta tarea). Hay que tener en cuenta que muchos de los monumentos y museos aún no han abierto o lo hicieron recientemente. A partir de aquí, se mantendrán reuniones y se realizarán gestiones para las posibles modificaciones de horarios.

Actuación 1.8 Desarrollo de rutas turísticas-culturales adaptadas a las condiciones de movilidad y accesibilidad que existan en cada momento a los principales recursos

Descripción

Esta actuación consistirá en la organización y desarrollo de rutas turísticas guiadas por la ciudad, gratuitas, para grupos de 15 personas aproximadamente. Estos tours, que se realizarán preferentemente durante el fin de semana, estarán dirigidos a sevillanos y turistas nacionales, que serán los primeros que visiten el destino Sevilla.

Recorrerán diferentes áreas de la ciudad, con suficientes recursos, lo que permitirá ampliar o hacer variaciones posteriores que aumenten su atractivo conforme la situación vaya cambiando y el hecho de entrar en determinados espacios no plantee inseguridad al público.

Aunque está pendiente de definir, estos itinerarios podrán ser los siguientes:

- Magallanes en Sevilla
- Tras las Huellas de la Sevilla Judía
- De Macarena a la Alameda
- Exposición del 29 y Parque de María Luisa
- Triana, agua y barro.

Actuación 1.9 Realización de un plan de usos de la dársena del río Guadalquivir

Descripción Esta acción consiste en la elaboración de un documento técnico en el que, partiendo de un análisis previo de la situación actual y de los condicionantes de partida, se realice un planteamiento de ordenación de los posibles usos y actividades (turísticas, recreativas, deportivas, ...) que se puedan desarrollar en la dársena del río Guadalquivir, de manera equilibrada y sostenible, en los distintos tramos de lámina del agua. Esta actuación conlleva la realización de un análisis de percepción ciudadana sobre los usos más adecuados que debería tener la dársena y sus riberas. De esta forma, se determinará la posibilidad y viabilidad de poner en marcha nuevos circuitos y transportes fluviales, adaptación de muelles para el uso turístico, etc. considerando, en cualquier caso, la necesaria compatibilidad de posibles nuevas actividades con usos actuales como, por ejemplo, el deportivo que se genera en torno al Centro Especializado de Alto Rendimiento (CEAR) de Remo y Piragüismo "La Cartuja".

Este plan se realizará en el marco de la Comisión de la Dársena del río Guadalquivir en la que participan Turismo de Sevilla, Gerencia Municipal de Urbanismo y Autoridad Portuaria de Sevilla.

Actuación 1.10 Impulso para la creación de producto turístico en torno a la Cartuja "Cartuja Zone"

Descripción El potencial de creación de un Producto turístico en torno a la Cartuja es indudable, al disponer de equipamientos y recursos de primer nivel. En este sentido, se propone la creación y puesta en marcha de una *Mesa de Coordinación* que se encargue de definir e implementar actuaciones para el desarrollo de este Producto.

Algunas de las actuaciones que se trabajarán en esta mesa son:

- Creación del "Pasaporte Cartuja"
- Realización de estudio previo para la apertura de una oficina turística en Torre Sevilla
- Analizar la posibilidad de adaptar un espacio de estacionamiento para autocaravanas
- Potenciar la presencia de un bus turístico por la Cartuja

- Organización de un Mercado de artistas y artesanos en el Parque Magallanes
- Incorporar una parada propia de coche de caballos municipales en Torre Sevilla para incorporar a la Cartuja a la ruta de caballos
- Hacer de Cartuja un espacio Sostenible, a través del fomento de Eventos al aire libre y sostenibles, de la potenciación de Alianzas y Cooperación, etc.

Actuación 1.11 Impulso del producto de turismo de cine en Sevilla

Descripción Sevilla lleva trabajando desde años en la creación de un producto turístico basado en la existencia de los numerosos e importantes escenarios cinematográficos de la ciudad.

Para el impulso de este producto se realizará en primera instancia la **activación de rutas turísticas cinematográficas, incluyendo la oferta gastronómica de la ciudad**. Para ello, a partir de las rutas cinematográficas existentes en el destino, se está realizando un proceso de vinculación de la oferta gastronómica de la ciudad con dichas rutas. Se ha iniciado el rediseño y análisis de rutas gastronómicas en el ámbito de *Saborea Sevilla*, lo cual se articulará a través de una campaña de promoción, utilizando fundamentalmente los mupis de la ciudad.

Además, a medio plazo se pondrá en marcha un **Catálogo** con todas las producciones cinematográficas, de TV y plataformas online desarrolladas en la ciudad para impulsar el destino Sevilla de cine de la mano de la Andalucía Film Comission.

Actuación 1.12 Potenciación de la oferta en torno al V Centenario de la Primera Vuelta al Mundo

Descripción Esta actuación se encargará de potenciar la oferta de nuestro destino entorno a la celebración del V Centenario de la primera vuelta al mundo, y al papel principal que Sevilla desempeñó en este hito universal.

Para ello, entre otras actuaciones, se establecerá un acuerdo con la Fundación Nao Victoria para la potenciación de la oferta existente en la

ciudad en torno a esta efeméride a través de la visita del barco, la Nao Victoria, y posterior atraque en los principales puntos turísticos de la costa andaluza con el objeto de promocionar el Destino Sevilla.

Actuación

1.13

Organizar un gran evento deportivo de concienciación social local, de ejecución inmediata y a corto plazo.

Descripción

La puesta en marcha de este evento deportivo transmitirá al exterior una imagen de ciudad segura, organizada, innovadora y sostenible. Estaría enfocado a deportes o disciplinas amateurs, sociales, inclusivos, de moda, mayoritarios y actuales (yoga, zumba, baile deportivo, aerobico, crossfit, etc.), generando un sello de deporte y salud.

Para evitar aglomeraciones en zonas céntricas se propone el montaje de diferentes escenarios y ubicaciones para potenciar varias zonas de Sevilla capital y todas ellas conectadas por vías como el carril bici. Estas actuaciones serán retransmitidas on-line, acercando al público la ciudad y sus espacios a través de esta iniciativa.

Actuación

1.14

Plan de choque para la mejora de las condiciones de seguridad de infraestructuras y servicios de movilidad

Descripción

El Ayuntamiento de Sevilla, junto con el resto de las entidades involucradas en la gestión de las infraestructuras de transporte y movilidad de la ciudad, han diseñado y ejecutado un plan de choque para la mejora de las condiciones seguridad.

Por ejemplo, el Aeropuerto de Sevilla ha puesto en marcha el Plan de Recuperación Operativa, en el que se trazan todos los procedimientos para garantizar el tránsito seguro por sus instalaciones, tanto de los pasajeros como de los trabajadores que desarrollan en ellas su actividad. Del mismo modo, ADIF en el caso de la estación de Santa Justa, dispone de un protocolo interno de actuación, que se va adaptando a las

diferentes situaciones de aforo que se están viviendo durante estos tiempos de desescalada y que se hace extensivo tanto a sus proveedores, como a sus clientes.

De la misma manera, a nivel interno, las distintas empresas municipales y privadas que gestionan los distintos servicios de movilidad (Tussam, Taxis, empresas de alquiler de motos eléctricas, AUSSA, ...) han acometido y seguirán implementando protocolos y medidas de seguridad que, aunque irán modulando, perdurarán durante los próximos meses.

Turismo de Sevilla-Contursa tendrá que, en el marco del Plan8, conocer todas las acciones que en materia de seguridad realizan los servicios e infraestructuras de movilidad y transporte del Destino.

Actuación

1.15

Acciones de protección y de mejora de la seguridad del paisaje urbano y servicios públicos generales.

Descripción

Se trata, por un lado, de actuaciones “blandas” tendentes a embellecer el espacio urbano de la ciudad, a través de la homogenización del mobiliario urbano y de la adecuación y uniformidad de los principales itinerarios turísticos, vías de acceso a la ciudad y de fachadas urbanas significativas, con especial incidencia en el río

En este sentido, con el objetivo de favorecer la movilidad peatonal, el cumplimiento de las distancias sociales y la actividad física, el Ayuntamiento pone en marcha los fines de semana un plan de peatonalizaciones con un total de 11 tramos de vías en toda la ciudad en horario de 20:00 a 23:00 horas. Del mismo modo, los parques y zonas verdes de la ciudad han ampliado su horario para facilitar el desarrollo de actividades de ejercicio físicas y su uso para dar paseos y las salidas autorizadas.

Por otro lado, se están desarrollando y se seguirán acometiendo acciones preventivas e informativas vinculadas con determinados servicios públicos con incidencia turística: policía local, espacios sanitarios, limpieza urbana y de parques y jardines, ... Por ejemplo, el servicio de gestión de residuos y limpieza de Lipasam se ha reordenado

con el objetivo de poner en marcha planes especiales que contribuyan a la lucha contra la pandemia del coronavirus como programas de limpieza de contenedores, baldeo de calles o refuerzos en determinados puntos.

Turismo de Sevilla-Contursa tendrá que, en el marco del Plan8, conocer todas las acciones que en materia de seguridad se realizan sobre los servicios públicos generales y sobre el propio paisaje urbano.

Actuación 1.16 Creación de un Nodo de Formación y Transferencia de Conocimiento compartido del sector turístico de Sevilla

Descripción La calidad de los servicios turísticos y, en general, del destino, pasa por la continua cualificación y recualificación del sector.

El objetivo es convertir a Sevilla en un Nodo que aglutine toda la formación y conocimiento en materia de turismo y destinos turísticos. De forma, se articulará un espacio dónde pueda reunirse todo el conocimiento existente y se generen nuevas líneas de formación relacionadas con el turismo.

El Nodo será referente frente a otros destinos y se convertirá en una herramienta para el propio sector, recibiendo píldoras formativas por parte de expertos, técnicos de turismo, cursos e-learning para atraer mercados internacionales, apuesta por la celebración de eventos digitales para dar a conocer el destino y su oferta, etc.

Además de la formación, se generarán herramientas que permitan desarrollar transmisión de conocimientos, buenas prácticas y experiencias de otros destinos u otras empresas turísticas, con el fin de mejorar la calidad turística de la ciudad.

Algunas de las medidas que se pondrán en marcha en el marco de esta actuación son las siguientes: cursos e-learning dirigidos al sector turístico local como primera toma de contacto con los principales mercados internacionales; desarrollo de formaciones online–webinars sobre la oferta del destino que faciliten el desarrollo acuerdos de promoción online; celebración de un evento digital de promoción a nivel internacional destinados a mercados objetivo; programa de sensibilización y formación en Turismo Inclusivo y/o Accesible a los

profesionales del sector para ofrecer un trato adecuado a las personas con discapacidad o necesidades especiales; conferencias de agentes de relevancia a nivel internacional en Sevilla o vinculados a ella como prescriptores del destino (Iñaki Gabilondo, el Dr. Rojas Marcos, etc.); etc. Del mismo modo, con la participación de los agentes sociales, desde la OAST se apoyará el desarrollo de los Planes de Formación específicos para el sector de la Hostelería y el Turismo.

Actuación 1.17 Desarrollo del proyecto “Sevillano Turista”

Descripción Este proyecto tiene como objetivo generar un producto turístico dirigido fundamentalmente a la ciudadanía sevillana, articulado a través de una oferta que se pueda concentrar en determinados días durante los meses de verano.

Algunas de las ofertas/actividades que podría contener este proyecto son.

- Lanzar la Noche Temática del Turismo, extendiéndolo de una manera permanente durante épocas estratégicas como el verano, permitiendo el acceso a monumentos y otra oferta turística. Incluiría una *Shopping Night* por toda la ciudad con la participación de los pequeños comerciantes, los centros comerciales y los artesanos.
- Creación de Rutas de Tapas de bares de cercanía, de forma que se refuerce la cultura de la Tapa en Sevilla.
- Generar una campaña de información sobre los precios especiales que los sevillanos tienen para acceder en los principales recursos turísticos de la ciudad. Hay que tener en cuenta, además, que adquiriendo determinadas entradas a monumentos se pueden visitar otros espacios de la ciudad. Esta acción se podrá extender, temporalmente, en la población de los municipios del área metropolitana.
- Organización de visitas teatralizadas al aire libre en español e inglés en diferentes horarios en Plaza Refinadores de Don Juan, al menos una vez por semana. Esta propuesta se ampliaría según demanda.
- Potenciar una oferta nocturna variada (deportiva, cultural, gastronómica, comercial, ...)
- Tours turísticos gratuitos (acción 1.8).
- Etc.

Actuación

1.18

Programa de potenciación de nuevos espacios turísticos para su visita

Descripción

Consistirá en el establecimiento de acuerdos para la apertura de nuevos espacios con potencial turístico y enlazarlos, en aquellos casos que sea posible, con otros con un nivel de visitas medio-bajo como el Castillo de San Jorge, el Museo Cerámica, o espacios religiosos de la zona norte del centro histórico. Se articulará a través de acuerdos para la apertura de esos espacios y de incentivos para facilitar la visita.

En el marco de este programa, se articulará en primera instancia la potenciación de Base Aérea de Tablada como nuevo espacio para su visita turística. Esta medida, por tanto, consistiría en incorporar la visita a la exposición de la Base Aérea en la oferta complementaria de la ciudad, generando adicionalmente una propuesta de visita teatralizada y el uso de espacios para la celebración de eventos (con la correspondiente inclusión de este espacio en Sevilla Venues-OAST). Esta medida traerá consecuentemente acciones de comunicación y promoción.

La potenciación de estos nuevos espacios estará muy ligada a la creación y/o fortalecimiento de productos turísticos innovadores y sostenibles, a la potenciación de segmentos emergentes para la ciudad o a la señalización informativa y direccional del espacio turístico, para lo cual el Plan8 se apalancará del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Sevilla.

Actuación

1.19

Programa de captación de eventos deportivos nacionales e internacionales a medio plazo para la ciudad.

Descripción

Esta actuación tiene como objetivo la preparación de Sevilla como destino idóneo para la organización de eventos deportivos a nivel nacional e internacional, estrategia a desarrollar en el medio plazo.

Esta medida incluye la preparación de un *dossier de instalaciones deportivas de la ciudad*, la preparación de un *protocolo de actuación* para eventos deportivos nacionales/internacionales para cumplir con los

requisitos básicos de atención sanitaria y control que marque la OMS/Gobierno; y una *acción comercial para la captación de clientes deportivos nacionales e internacionales*.

Para el desarrollo de esta actuación se tendrá en cuenta, además, los protocolos que se crearán para la mejora de la sostenibilidad ambiental de los eventos deportivos (línea de trabajo 7).

Al margen de los potenciales eventos deportivos a captar a nivel nacional (se indicarán en la línea de trabajo 4), son de interés eventos como el Campeonato de Motociclismo Eléctrico en 2021, Campeonato Europeo de Balonmano Playa 2021 y/o Campeonato Mundial 2023, o eventos relacionados con pruebas deportivas relacionadas con disciplinas olímpicas.

Actuación 1.20 Programa un verano cultural al aire libre en Fibes.

Descripción

El Ayuntamiento de Sevilla, a través de una colaboración público-privada entre Contursa, sociedad gestora del Palacio de Congresos y Exposiciones, y la empresa BEON Worldwide, desarrollará un programa para el verano en FIBES una amplia y variada agenda cultural al aire libre con-formada por música, teatro, cine, magia y diversos espectáculos infantiles y adaptada a las exigencias y recomendaciones sanitarias para prevenir el contagio por COVID-19 conforme a las distintas fases de la desescalada.

Esta programación cultural veraniega, bautizada como 'Kultura and Co', supondrá la reactivación de FIBES tras la crisis del coronavirus y un impulso a la economía y al empleo y se complementará, asimismo, con otra programación en los distintos barrios de la ciudad también para el periodo estival.

En el espacio triangular al aire libre que conforman dos de los pabellones del Palacio de Congresos y Exposiciones, se acotará un espacio con amplio escenario y pantalla donde se desarrollarán los espectáculos, disponiéndose un auditorio con plazas sentadas y aforo inicialmente para 800 personas, con posibilidad de duplicarlo conforme así lo permitan las

autoridades sanitarias y siempre salvaguardando la distancia social y el resto de las recomendaciones para evitar el contagio.

Los espectáculos de conciertos, musicales, teatro, danza, magia, cine o eventos infantiles se realizarán los meses de julio y agosto, en principio de jueves a domingo, si bien conforme avance el proceso de desescalada se adelantará el inicio al martes. La entrada y la salida a este recinto al aire libre tendrán unos recorridos marcados para evitar que los asistentes se crucen y para acceder será obligatorio el uso de mascarilla, aunque dentro de los espectáculos no será necesario dado que las zonas habilitadas y acotadas para el público asistente –todas sentadas y con distintas posibilidades de formar grupos con 10 personas como máximo– guardarán en todo momento la distancia de seguridad de dos metros.

Actuación

1.21 Creación de la Mesa de Turismo de Cruceros

Descripción

El objetivo de esta acción es la creación puesta en marcha de la Mesa de Turismo de Cruceros en Sevilla. En esta Mesa, además de la Autoridad Portuaria de Sevilla (APS), deben estar integrados otros actores implicados en este segmento y, en general, aquellos con influencia en la navegabilidad del río como es la ARGUA, Asociación de Armadores del Guadalquivir. Se tendrá que analizar la convivencia de esta Mesa con la Comisión existente entre gerencia de Urbanismo de Ayuntamiento y la APS para la ordenación de usos en la dársena.

La puesta en marcha de esta Mesa debe reforzar el segmento del turismo de cruceros en Sevilla, permitiendo su mejora y desarrollo como puerto base de cruceros, para lo cual se plantean medidas como las siguientes:

- Actualización del catálogo de Venta del Turismo de Cruceros en el destino Sevilla.
- Intensificar las estrategias de cooperación con los aeropuertos, destacando la importancia de Sevilla como puerto base de cruceros.
- Retomar y/o establecer contacto con puertos cercanos, públicos y privados (como el caso de Puerto Sherry), para la colaboración conjunta en la promoción de Sevilla como destino de Megayates.
- Creación de la marca “Port of Seville, Gateway to Sevilla”.

- Participación en los próximos foros turísticos específicos del segmento cruceros: Sea-trade Cruise Med Málaga, y la International Cruise SUMMIT 2020 Madrid
- Desarrollo de presentaciones “in-house” (a medio plazo), puerta a puerta con los grandes operadores y navieras que controlan y operan el mercado, dándole a continuidad a las acciones que se han venido realizando.

Actuación

1.22 Implementación del "Sello de Seguridad Global" del Destino Sevilla

Descripción

Auspiciado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), este Sello es otorgado a los destinos y empresas turísticos que adopten estándares internacionales para garantizar la higiene de establecimientos y proteger la salud de los viajeros. Sevilla, en el marco del Plan8, ha sido reconocida por la WTTC con este Sello de ciudad segura.

El sello, denominado **Safe Travel Stamp**, es una marca especial de seguridad e higiene para proporcionar tranquilidad a los consumidores y acelerar así la recuperación de los viajes y el turismo en el mundo. Los protocolos, cuyo cumplimiento hay que garantizar, han sido elaborados siguiendo las pautas de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y del Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC), y en estrecha colaboración con la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), el Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI) y la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA) para garantizar la alineación en todo el sector.

En el marco de este Sello, se está trabajando en la ordenación de una oferta del destino renovada y adaptada a la nueva situación, identificando experiencias turísticas atractivas e innovadoras para ofrecérselas a intermediarios a través de diferentes paquetes turísticos.

Actuación

1.23

Creación y puesta en marcha de un producto de turismo sanitario, en colaboración Agencias de Viajes, dirigido al sector sanitario y de seguridad

Descripción

Turismo de Sevilla junto con la Asociación de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE) ha confeccionado una oferta turística de la ciudad: Tren + Hotel + Experiencias

AEVISE será la encargada de la comercialización de los paquetes turísticos a través de las Agencias de Viajes de Sevilla y su provincia, donde el Real Alcázar y la Bienal de Flamenco de Sevilla tomarán protagonismo gracias al Ayuntamiento de Sevilla.

Se trata de un proyecto planteado como un merecido homenaje a todos los sanitarios de nuestro país y reconocimiento al esfuerzo y entrega en la lucha contra la pandemia Covid19.

*Te merecías los aplausos, ahora te mereces lo mejor #SevillaTeCuida
En Sevilla te hemos aplaudido ahora te tocamos las palmas
#DisfrutaEnSevilla*

Línea 2: Segmento Mice



3.2

Línea 2: Segmento Mice

Sevilla se ha consolidado como destino MICE, hecho avalado por los ingresos que genera el segmento anualmente en la ciudad. Asimismo, ha sido nombrada mejor ciudad de eventos y congresos por la Asociación Ibérica de Gestores de Viajes de Negocios (IBTA) y el portal EventMB la considera uno de los 25 destinos más importantes del mundo para la celebración de congresos, eventos y reuniones.

La calidad de las infraestructuras, el clima, los altos estándares de seguridad y la relación calidad-precio son algunos de los valores sobre los que recae la relevancia que tiene este segmento para la ciudad, tanto a nivel económico como en volumen de demanda.

Esta situación pre-Covid19, justifica la puesta en marcha de una línea de trabajo que fomente la reactivación del segmento MICE articulando diferenciadamente acciones dirigidas al mercado corporativo y al mercado asociativo, con un denominador común, la integración de la variable *digital* de forma que las problemáticas derivadas de la aglomeración de personas se reduzcan mientras duren las restricciones. Y siempre potenciando las alianzas, tanto en el destino como en aquellas organizaciones nacionales e internacionales que favorecen la promoción y posicionamiento de Sevilla como Destino MICE.

Actuaciones

- 2.1 Desarrollo de un Plan de comunicación específico del segmento.
- 2.2 Organizar un primer evento híbrido (presencial y digital) que sirva para fortalecer el segmento MICE en la ciudad.
- 2.3 Desarrollo de acciones de promoción del destino MICE en los principales mercados nacionales y de radio medio, de la mano de SCCB.
- 2.4 Reprogramación congresual y ferial de FIBES y del resto venues a partir del mes de septiembre.
- 2.5 Creación de un Programa de Embajadores dirigido, de manera diferenciada, a los mercados Corporativo y Asociativo
- 2.6 Asistencia a eventos nacionales para presentar la nueva marca (OPC, MPI, Congresos importantes).
- 2.7 Acciones de Promoción a nivel Internacional.
- 2.8 Asistencia a eventos profesionales.
- 2.9 Incorporar la Tarjeta de Transporte para congresistas.
- 2.10 Establecimiento de acuerdos con medios de transportes (tren, avión) para la generación de servicios de valor añadido a congresistas.
- 2.11 Crear el Foro MICE del destino.

Actuación

2.1 Desarrollo de un Plan de comunicación específico del segmento.

Descripción

El objetivo de esta actuación es recuperar la confianza del sector, interno y externo, y visibilizar a Sevilla como Destino Seguro. Este plan de comunicación se articulará a través del lanzamiento de piezas audiovisuales del segmento MICE y de su difusión a través de RRSS.

Las piezas claves se articularán en base a la promoción de Sevilla como Ciudad Segura, mostrando los protocolos establecidos en los Monumentos, aeropuerto, ADIF, ...

Actuación

2.2 Organización de un primer evento híbrido (presencial y digital) que sirva para fortalecer el segmento MICE en la ciudad

Descripción

Se trata de organizar un primer evento híbrido en la ciudad, mezclando el carácter presencial con la participación virtual de ponentes/expertos y de asistentes, con el objetivo de mostrar/proyectar que Sevilla ya está “activa”, preparada para la “actividad turística”.

Se celebrará en el entorno de las Setas, utilizando espacios como la Plaza Mayor, la parte alta-mirador y el Antiquarium, a finales del mes de junio, haciéndolo coincidir con la Presentación pública del Plan 8 Sevilla.

En una primera parte del Evento se irá contando, a modo de informativo, como Sevilla ya está preparada para el turismo. Se realizarán distintas conexiones televisivas con puntos turísticos de la ciudad en los que a través de profesionales sevillanos de prestigio nacional e internacional se informará de tal hecho. Todo el evento tendrá un formato televisivo, y se retransmitirá vía streaming a través de canales como YouTube, de modo que pueda llegar a todos los mercados.

Posteriormente, se producirá la firma de una carta de adhesión y apoyo de los principales agentes del sector al Plan 8 Sevilla. Y, por último, en el mismo formato televisivo se dinamizará un programa con algunos de los expertos y expertas que han intervenido en el Plan 8 para presentarlo, programa que estará presentado y conducido por un dinamizador.

Las características del evento facilitarán su proyección nacional e internacional, para lo cual se realizarán acciones de difusión y comunicación para que su retransmisión tenga el mayor impacto posible.

Actuación

2.3

Desarrollo de acciones de promoción del destino MICE en los principales mercados nacionales y de radio medio.

Descripción

De forma conjunta con el Sevilla Convention Bureau (SCCB) se realizará una acción promocional del destino MICE a través de encuentros B2B, presentaciones directas, presentaciones virtuales, roads show... con agencias de viajes y otros prescriptores / compradores. Estas medidas priorizarán el mercado nacional, de forma inmediata Madrid y Barcelona, y a posteriori Valencia.

Estas acciones se ampliarán posteriormente a los mercados de radio medio (Francia, Países Bajos, UK, etc.).

Para la ejecución de estas acciones promocionales se evaluará, en función del prescriptor/comprador y del tipo de evento a captar o promocionar, la posibilidad de integrar la divulgación del catálogo "Sevilla, ciudad para invertir".

Actuación

2.4

Reprogramación congresual y ferial de FIBES y del resto de venues a partir del mes de septiembre

Descripción

Se plantea la recuperación de la actividad congresual y ferial dentro de FIBES a partir de mes de septiembre.

Así, desde esta fecha hasta marzo de 2021 están confirmados 21 congresos y 21 certámenes o ferias profesionales. A estos habrá que añadir otros eventos que se vayan cerrando en próximas fechas. Para su correcto desarrollo, desde FIBES se está trabajando en los protocolos y los elementos de seguridad sanitaria necesarios para retomar la actividad congresual.

En este sentido, se plantea la celebración, con sus correspondientes ajustes, de eventos como SICAB, SIMOF, Expobelleza o Sevilla de Moda o el congreso internacional de la industria aeronáutica ADM Aerospace. Del mismo modo, se desarrollará la primera edición –la primera de diez– del Tourism Innovation Summit, una gran apuesta del Ayuntamiento por la innovación en la industria turística, y se seguirá apostando por la continuidad de los congresos relacionados con la medicina.

Hay que destacar como, en la actualidad, FIBES está trabajando en la búsqueda de una solución virtual para la gestión de eventos virtuales / híbridos.

Del mismo modo, en la actualidad se está realizando una tarea de coordinación con entidades del sector (hoteles, agencias, SCCB, ...) para unificar la reprogramación que éstas están realizando para los próximos meses a partir de septiembre.

Actuación

2.5

Creación de un Programa de Embajadores dirigido, de manera diferenciada, a los mercados Corporativo y Asociativo

Descripción

Programa consistente en el desarrollo de una acción de promoción y comunicación dirigido, de manera diferenciada, a potenciales clientes del sector corporativo y del sector asociativo, utilizando para ello personas relevantes de la ciudad a nivel nacional e internacional que actúen como embajadores del destino.

La puesta en marcha de esta actuación se articulará en torno a las siguientes etapas:

- Crear una “misión” del proyecto
- Definición de los objetivos y de la estrategia adecuada
- Determinar el presupuesto y los recursos que se pueden destinar al proyecto
- Creación de un proceso de identificación y selección de potenciales embajadores
- Creación de un plan de marketing y de actividades
- Diseño de un plan de comunicación
- Definición de responsabilidades, tareas y condiciones generales de los embajadores

- Creación de una plataforma de comunicación y planificación de reuniones periódicas para todos los integrantes
- Conseguir el compromiso e implicación de los principales actores del sector de turismo en Sevilla
- Creación de un plan de formación para los embajadores
- Definición de subvenciones destinadas a este proyecto
- Elaboración de un plan motivacional y creación de un acto de entrega de premios a los embajadores implicados en proyectos concretos.

Este proceso de planificación y ejecución del Programa se tendrá que realizar tanto para el dirigido al sector Asociativo como al Corporativo.

Actuación

2.6 Asistencia a eventos nacionales para presentar la nueva marca

Descripción

Con la creación y lanzamiento de la nueva marca del destino y su desarrollo específico para Destino MICE Sevilla (actuaciones del eje 6), se programará la asistencia a eventos nacionales de importancia para presentar la nueva marca. Congresos de referencia, la Asamblea de OPC España o Asamblea de MPI España serán algunos de estos eventos.

Para ello, se generará una adaptación de las presentaciones físicas y online del destino MICE a la nueva marca, relanzando los valores y atributos de la ciudad.

Actuación

2.7 Acciones de Promoción a nivel Internacional

Descripción

Para mejorar el posicionamiento Internacional de Sevilla como Destino MICE, se propone acompañar al SCB (Spain Convention Bureau) en las acciones de promoción del país.

El desarrollo de esta actuación estará sujeta al plan de acción de la SCB, dependiente a su vez del contexto actual internacional derivado de la crisis sanitaria, con lo que su ejecución se prevé a medio plazo. En cualquier caso, en la actualidad ya se está participando en algunas actividades de webinars organizadas por esta entidad.

Dentro de esta actuación se analizará la posibilidad de organizar en Sevilla un Encuentro/Workshop para asociaciones de ámbito internacional, europeo principalmente.

Actuación

2.8

Asistencia a eventos promocionales y profesionales del segmento MICE, tanto nacionales como internacionales

Descripción

La asistencia del destino MICE Sevilla a estos eventos es de gran importancia para posicionarnos como tal y para mejorar la captación de eventos en nuestra ciudad.

Por un lado, se asistirán a eventos profesionales como son la Asamblea del SCB, Asamblea de OPC, Asamblea de MPI, WTTC, European Cities Marketing, ... La participación de Sevilla en estos eventos facilita la promoción del Destino a través de presentaciones.

Por otro lado, se participará en acciones/eventos promocionales de la mano de SCCB, SCB, OETS, etc. Estas acciones tienen un marcado carácter corporativo, aunque el cliente que se visita es en gran porcentaje agencia. Tan solo en IBTM y IMEX América existe la posibilidad de encontrar clientes asociativos, así como acciones del SCB que se desarrollen explícitamente para ello. Las acciones están orientadas al cliente europeo especialmente dentro de nuestros 5 mercados, algunas al cliente americano y al cliente español; no obstante, algunas de las acciones programadas en España son para cliente Internacional.

El calendario final de estos eventos se irá concretando progresivamente a medida que la situación de crisis sanitaria vaya evolucionando favorablemente.

Actuación 2.9 Incorporar la Tarjeta de Transporte para congresistas.

Descripción Con la colaboración de TUSSAM se recuperará la iniciativa de creación de la tarjeta que permita al congresista el desplazamiento dentro de la ciudad y de su área metropolitana (bus + metro), así como en los desplazamientos desde / hacia el Aeropuerto, con la línea AE.

En primera instancia, el desarrollo y uso de la Tarjeta se realizará por congreso, de forma puntual, de manera que en función de la importancia y características de éste se producirá y se pondrá a disposición de congresistas, reforzándose, además, las líneas de bus para los grandes eventos.

A medida que se vaya desarrollando, Tussam con la colaboración de Contursa-Turismo de Sevilla determinará la posibilidad de incorporar esta tarjeta de forma permanente y continua para todos los congresos de la ciudad.

Actuación 2.10 Establecimiento de acuerdos con medios de transportes (tren, avión) para la generación de servicios de valor añadido a congresistas.

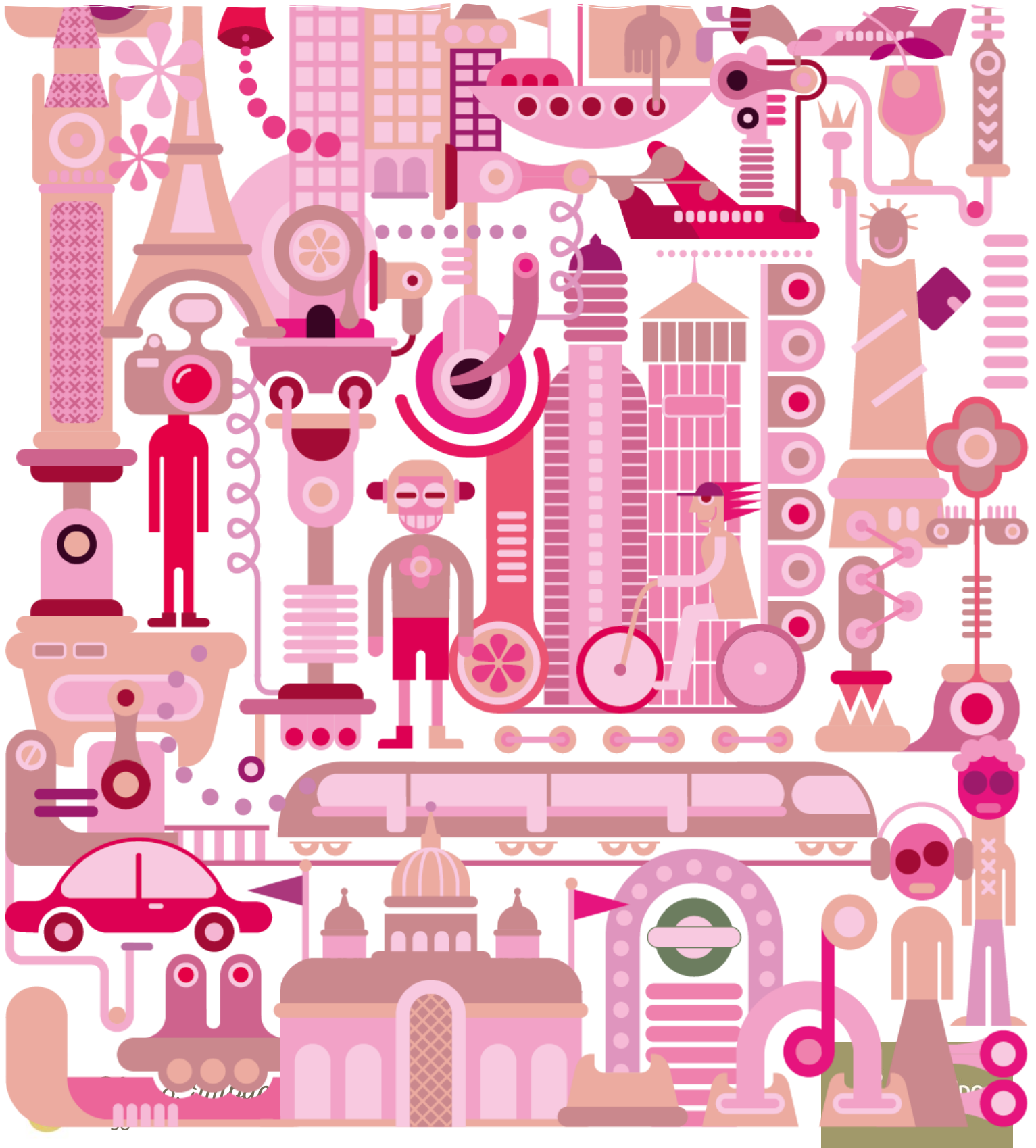
Descripción Esta acción consiste en el establecimiento de acuerdos con los medios de transporte principales del destino MICE, RENFE y Aeropuertos-Aerolíneas, en los que, por un lado, se materialicen descuentos sobre las tarifas a aplicar para fomentar la participación en el evento y, por otro lado, se generen servicios de valor añadido a los congresistas.

En este contexto, desde Contursa-Turismo de Sevilla se realizará una tarea de mediación entre entidades de transporte y organizadores de congresos, generando y facilitando estos acuerdos. Respecto a los aeropuertos estos acuerdos se podrán extender en origen y destino.

Una línea de actuación en la que el Ayuntamiento si entra de forma directa sería la posibilidad de fomentar y potenciar la información de vuelos y la posibilidad de facturación en FIBES y en otros venues municipales.

<i>Actuación</i>	2.11 Crear el Foro MICE del destino consolidando la Mesa de trabajo de expertos desarrollada en el ámbito del Plan8.
<i>Descripción</i>	<p>Este foro o comité de profesionales expertos en el MICE favorecerá la generación y/o renovación de alianzas del sector, a la vez que se constituye en un espacio para el análisis y reflexión de los eventos celebrados y para la creación de otros nuevos.</p> <p>Se conformará a través de la participación de los expertos que han formado parte en la Mesa sobre Segmento MICE en el marco del Plan 8, con la posible incorporación de otros agentes a la mesa.</p>

Línea 3: Conectividad Destino



3.3

Línea 3: Conectividad Destino

El restablecimiento de la conectividad del destino es clave para su recuperación. En este sentido, se antoja prioritario la reactivación de la Conectividad Aérea para recuperar tanto las rutas nacionales prioritarias como los principales HUB europeos que ofrecen conectividad con el resto del mundo.

La conectividad terrestre es del mismo modo fundamental, en un periodo en el que el mercado nacional será prioritario y en el que el transporte individual crecerá para evitar las aglomeraciones de los servicios colectivos.

La gradual reactivación de los movimientos internos y la reapertura de fronteras se convierten, por tanto, en una gran oportunidad para trabajar de manera coordinada en la intermodalidad de los servicios de transporte del destino. De hecho, realizar este ejercicio no sólo supone la adecuación de la oferta de la ciudad a las nuevas necesidades de la demanda, sino que, además, se convierte en un punto clave para incrementar la competitividad del destino.

Actuaciones

- | | |
|------|---|
| 3.1 | Activación del “Comité de Conectividad Aérea de Sevilla”. |
| 3.2 | Fomentar las alianzas intermodales de transporte. |
| 3.3 | Acuerdos y alianzas con las principales aerolíneas. |
| 3.4 | Reprogramación de los eventos de encuentro con aerolíneas y visitas estratégicas para el establecimiento de alianzas bilaterales. |
| 3.5 | Reajuste de información a los nuevos casos de negocio “business case” prioritarios |
| 3.6 | Reajuste del Plan Estratégico 20/21 priorizando los tráficos en función de la demanda (libertad de movimientos entre países). |
| 3.7 | Participación en los eventos Routes Europe y World Routes. |
| 3.8 | Presentación de Candidaturas para la celebración de grandes encuentros aéreos internacionales. |
| 3.9 | Establecimiento de acuerdos con los parkings públicos de la ciudad. |
| 3.10 | Ampliación de la conexión con el aeropuerto a través de empresas privadas de autobús para el transporte regular de pasajeros. |
| 3.11 | Ratificación del Convenio de Colaboración entre la Autoridad Portuaria con el Ayuntamiento de Sevilla para la potenciación de turismo de cruceros y la navegabilidad turística del río. |

Actuación

3.1 Activación del “Comité de Conectividad Aérea de Sevilla”.

Descripción

Sevilla necesita dar una respuesta cooperativa institucional incluyendo el sector privado de acuerdo con los retos derivados de la crisis del Covid-19.

El Comité debe incidir en sus cuatro los objetivos fundacionales: la **conectividad aérea** (recuperar lo más rápidamente posible la conectividad del 2019 y hacer crecer nuevos mercados en el medio/largo plazo); la **industria aeronáutica** (potenciar esta industria como motor de atracción del aeropuerto y de la demanda de negocios); la **inversión y promoción exterior** (atracción de inversiones extranjeras gracias a una mejor conectividad y favorecer la internacionalización económica), y el **turismo y potenciación de eventos** (el aeropuerto como puerta de entrada a Andalucía occidental).

Los miembros permanentes del Comité son: AENA (representado por Aeropuerto de Sevilla), Ayuntamiento de Sevilla (representado por CONTURSA y Turismo de Sevilla), Diputación de Sevilla (representada por Prodetur), Junta de Andalucía (representada en la actualidad por Agencia IDEA y Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía) y Secretaría de Estado de Turismo (representada por Turespaña). Además, cuenta con miembros asesores y una Secretaría Técnica y Administrativa.

La presente actuación posibilitará el desarrollo de su capacidad técnica sectorial y conocimiento propio al servicio de los objetivos fundacionales; ejecución de acciones de promoción propias con las compañías aéreas; el aseguramiento de la coordinación entre los miembros; y el actuar como ventanilla única de cara a la conectividad aérea.

Actuación

3.2 Fomentar las alianzas intermodales de transporte

Descripción

Es necesario trabajar de forma coordinada entre todos los medios de transporte puesto que va a contribuir a reforzar la imagen de Sevilla como un destino seguro. En el contexto actual es fundamental transmitir

al turista una imagen de unidad del sector para recuperar su confianza a la hora de viajar a Sevilla.

Además de la conectividad del aeropuerto con el futuro tren, será muy importante fortalecer las alianzas con el resto de medios de transporte terrestres. En este sentido, se proponen las siguientes acciones:

- Facilitar el establecimiento de un acuerdo entre Movelia y el Aeropuerto para fomentar la conectividad con provincias limítrofes en autobús
- Ampliación del carril bici de la ciudad hasta el aeropuerto.

Actuación

3.3 Acuerdos y alianzas con las principales aerolíneas

Descripción

El objetivo de esta acción es restablecer y ampliar acuerdos con las aerolíneas que operan en el aeropuerto de Sevilla protegiendo sus operaciones y sus necesidades. Se antoja importante fortalecer, de forma especial, las estrategias con Vueling y Ryanair. Gracias a estos acuerdos se realizarán las siguientes actividades:

- Campañas de comarketing para promoción de nuevas rutas y afianzamiento de las ya existentes.
- Acciones promocionales en destino y origen
- Establecimiento de bases de las diferentes aerolíneas objetivo
- Establecimiento de nuevas rutas

Estas actuaciones ya se están realizando y se seguirán realizando en el marco del Plan 8. Con Vueling y la ciudad de Bilbao se está desarrollando en la actualidad la primera de las campañas citadas para promocionar el vuelo entre ambas ciudades. También están previstos, en primera instancia, campañas con Asturias y otras ciudades españolas. A medio plazo se desarrollarán acuerdos, campañas y acciones internacionales en París, Ámsterdam, etc.

Actuación

3.4

Reprogramación de los eventos de encuentro con aerolíneas y visitas estratégicas para el establecimiento de alianzas bilaterales

Descripción

Se tratan de acciones de promoción y campañas de marketing coordinadas con organismos oficiales y aerolíneas para potenciar y reactivar rutas Origen / Destino.

Para concretar estas acciones, en un contexto como el actual, será necesario en primera instancia tener un conocimiento de la demanda potencial de estos mercados, observando su comportamiento y proyección durante los próximos meses.

Será clave desarrollar acciones (reprogramar encuentros bilaterales) con compañías aéreas / ferroviarias para favorecer los flujos de Sevilla con destinos estratégicos. Dichas acciones deben realizarse conjuntamente entre destinos nacionales e internacionales, de forma que se coordine la acción no solo con las compañías de vuelo, sino también con alojamientos y empresas de comercialización que fortalezcan la promoción del destino Sevilla.

Para ello inicialmente hay que decidir el orden de las ciudades en las que realizar la promoción, primero nacionales y después internacionales, y desarrollar un acuerdo bilateral de promoción entre ciudades contando con el apoyo de compañías aéreas y/o ferroviarias para favorecer el flujo de turistas entre ciudades. En la misma línea es fundamental contar con una oferta de productos/experiencias/servicios que promocionar y con un equipo que mantenga visitas personalizadas con los agentes de viajes de los destinos emisores y receptores. Todo ello debe reforzarse con una importante labor comercial y acciones de comunicación y marketing

Actuación

3.5 Reajuste de información a los nuevos casos de negocio “business case” prioritarios

Descripción

El objetivo de esta acción es la de obtener información clave para confeccionar los casos de negocio prioritarios para nuestro destino. Se tratan de datos muy concretos, como por ejemplo los datos MIDT, que se compran a diferentes proveedores (Skyskaner, Forwardkeys, IATA, etc.), y que permiten conocer la previsión del número de pasajeros y la ocupación de la ruta.

Con esta actuación, por tanto, se adquirirá la información y los datos necesarios para confeccionar los casos de negocio.

Actuación

3.6 Reajuste del Plan Estratégico 20/21 priorizando los tráficos en función de la demanda (libertad de movimientos entre países)

Descripción

El objeto de esta actuación es adecuar el Plan Estratégico 2018-2020 a la situación actual, ajustando su horizonte temporal al periodo 2020-2021. En este sentido, se puede afirmar que el resto de las acciones planteadas en esta línea de trabajo deben formar parte de este reajuste del Plan Estratégico.

En este reajuste será fundamental priorizar primero el tráfico nacional, luego el europeo punto a punto, seguido de los HUBs europeos y finalmente los mercados de largo radio.

En este sentido, el Plan Estratégico establecerá en una segunda fase una estrategia para el tráfico de medio y largo radio -vuelos intercontinentales- a través de los siguientes hitos:

- Mejorar la conectividad con hubs de medio radio que facilitan la conectividad del largo radio.
- Actualizar los elementos cualitativos de los business case que serán útiles en reuniones B2B, y establecer estrategias de mensaje B2B con aerolíneas para el final de la crisis.
- Mantener el contacto con aerolíneas americanas para posicionar Sevilla.

Actuación 3.7 Participación en los eventos Routes Europe y World Routes.

Descripción

El Destino Sevilla participará en dos eventos que reunirán a las principales compañías aéreas, aeropuertos, empresas de tecnología y destinos para debatir sobre los futuros servicios aéreos globales, aperturas de nuevas rutas, etc.

World Routes se celebrará en Milán, según las previsiones actuales, en el mes de noviembre de 2020, mientras que *Routes Europe* se organizará en mayo del próximo año 2021 en Noruega.

La presencia de Sevilla implicará la organización y desarrollo de una agenda de reuniones comerciales, la presentación del destino y cualquier otra acción de promoción para atraer el interés de compañías y/o la ampliación de nuevas rutas.

Actuación 3.8 Presentación de Candidaturas para la celebración de grandes encuentros aéreos internacionales

Descripción

Esta actuación es un ejemplo del carácter sostenible del Plan8, pues prioriza actuaciones que se ejecutarán durante los próximos meses, aunque no se desarrollarán hasta el largo plazo.

Esta acción conllevará los trabajos de preparación de las candidaturas de los siguientes eventos internacionales en Sevilla, los cuales se consideran estratégicos para posicionarla como emplazamiento clave en la conectividad aérea internacional:

- Aviation Week Airline Leaders Operations Forum 2021
- Routes Europe 2022
- CAPA World Aviation Summit, 2023

La preparación de estas candidaturas implicará, de forma general, las siguientes actividades:

- Reuniones previas para establecer los claves y estrategias para confeccionar las candidaturas.
- Confección candidaturas
- Posibles viajes de presentación de candidaturas.

Actuación

3.9

Establecimiento de acuerdos con los parkings públicos de la ciudad

Descripción

Se trata de una actuación a desarrollar a corto plazo, estableciendo acuerdos con AUSSA (Aparcamientos Urbanos, Servicios y Sistemas, S.A.) y el resto de las empresas concesionarios de los parkings públicos de la ciudad, para facilitar el acceso a los turistas que vengan a visitar la ciudad en su propio coche.

Este acuerdo podrá incluir precios especiales, las primeras horas de aparcamiento gratuitas, etc.

Actuación

3.10

Ampliación de la conexión con el aeropuerto a través de empresas privadas de autobús para el transporte regular de pasajeros.

Descripción

A pesar de que en los últimos años se ha desarrollado alguna experiencia puntual de empresas privadas de autobús que han conectado sus trayectos desde distintos puntos geográficos con el aeropuerto de Sevilla para el tráfico regular de pasajeros, no se ha consolidado este servicio que permitiría una mejora evidente de la conectividad del destino.

Con esta actuación, Aeropuerto de Sevilla y Ayuntamiento, a través del área de movilidad y de Turismo de Sevilla, facilitarán la puesta en marcha de un servicio privado de autobús para el transporte regular de pasajeros que mejore la conectividad del aeropuerto a la ciudad de Sevilla cuando se produzca la recuperación de la demanda.

Además, con esta actuación se fortalecerá la conexión del aeropuerto con otras provincias del entorno a través de servicios de empresas de autobuses para realizar transporte regular de pasajeros.

Actuación

3.11

Ratificación del Convenio de Colaboración entre la Autoridad Portuaria con el Ayuntamiento de Sevilla para la potenciación de turismo de cruceros y la navegabilidad turística del río

Descripción

Consortio de Turismo de Sevilla y Autoridad Portuaria de Sevilla suscribieron en el año 2004 un Convenio de Colaboración para divulgar, promocionar e impulsar el Puerto de Sevilla en el ámbito de los cruceros.

Con la ratificación de este convenio se pretende impulsar esta colaboración, la cual es clave para relanzar el turismo de cruceros en la ciudad, a la vez que facilitará el desarrollo de otras actividades vinculadas a la navegabilidad turística del río Guadalquivir, incluida la dársena.

La mejora de la navegabilidad del río Guadalquivir es uno de los aspectos claves para el desarrollo de este segmento. El fortalecimiento de esta alianza facilitará el trabajo en esta línea, a la vez que generará un marco de cooperación para desarrollar iniciativas conjuntas y complementarias con el fin de convertir a Sevilla en puerto base de cruceros.

3.4

Línea 4: Promoción Nacional

La restauración de movimientos a nivel nacional, y progresivamente a nivel internacional, va a permitir que Sevilla recupere su actividad turística de manera gradual y, por lo tanto, consiga restablecer la capacidad económica del sector.

La acción promocional del Destino Sevilla se reactivará inicialmente para el mercado nacional, con medidas, virtuales y presenciales, dirigidas en primera instancia al local y a mercados más próximos, para seguidamente fortalecer la promoción en el resto del mercado nacional. Segmentos como el familiar, el cultural, el deportivo, el gastronómico o el cultural serán claves en esta recuperación, teniendo que responder, en cualquier caso, a la demanda continua del turista en cuestiones de seguridad de los espacios y de reducción de aglomeraciones de personas.

De nuevo las alianzas entre destinos y entre actores turísticos serán claves para implementar una buena acción promocional. Sevilla debe potenciar estas alianzas, tanto institucionales como estrictamente comerciales, aprovechando su liderazgo turístico.

Actuaciones

4.1	Diseño y ejecución de un Plan de promoción del Destino Gastronómico.
4.2	Alianzas comerciales. Programa de presentación del destino a grupos de gestión, empresas e instituciones de interés y agentes del sector, y desarrollo de acciones de promoción conjunta.
4.3	Alianzas para un destino común: promoción del destino Andalucía.
4.4	Desarrollo de acciones de promoción recíprocas con ciudades gracias a alianzas bilaterales.
4.5	Desarrollo de acciones de promoción y de apoyo a la comercialización del destino en el marco de la Red de Ciudades AVE.
4.6	Plan de acción promocional de La Ruta Vía de La Plata.
4.7	Plan de promoción de turismo deportivo a nivel nacional.
4.8	Programa de promoción dirigido al turismo familiar.
4.9	Promoción del cicloturismo urbano en Sevilla.
4.10	Acciones de presentación del Destino en Castilla y León y Castilla La Mancha a agencias de viajes y otros prescriptores/compradores.
4.11	Alianzas con Portugal para el desarrollo de acciones de promoción.

Actuación 4.1. Diseño y ejecución de un Plan de promoción del Destino Gastronómico

Descripción La gastronomía es una de las señas de identidad de la ciudad, lo que unido a la variada y amplia oferta hostelera convierten a Sevilla en un destino gastronómico de primer nivel. En este sentido, y considerando el complejo contexto actual, se articularán las siguientes medidas de promoción:

- Creación de un Club de producto *Saborea Sevilla*
- Impulso de la Mesa de Gastronomía de Sevilla
- Unificar la agenda de actividades relacionadas con la gastronomía que se celebran en la ciudad durante el año
- Coordinar las actividades de promoción nacional que las empresas públicas realizan con el apoyo de la gastronomía como elemento fundamental
- Colaboración con el sector hostelero para reforzar el destino gastronómico impulsando la marca Saborea Sevilla
- Campañas de comunicación en RRSS (ya en marcha) y en medios de comunicación convencionales sobre la importancia de la cultura de la tapa, como elemento diferenciador de nuestro destino turístico
- Desarrollo de una campaña que ponga en valor el buen clima y las terrazas de Sevilla, muchas de ellas con vistas monumentales para el verano como en ejercicios anteriores.
- Reactivar las jornadas temáticas gastronómicas bajo un mismo claim enfocado a la gastronomía de Sevilla -la naranja, el toro, la Cuaresma, etc.-.

Actuación 4.2. Alianzas comerciales. Programa de presentación del destino a grupos de gestión, empresas e instituciones de interés y agentes del sector, y desarrollo de acciones de promoción conjunta

Descripción El establecimiento de alianzas comerciales del destino con empresas e instituciones es clave para la promoción del destino. Será fundamental que todos los agentes comerciales que trabajan o han trabajado con Sevilla cuenten con una nueva presentación online del destino,

focalizada en cómo Sevilla se ha adaptado a la nueva situación y cómo muestra su resiliencia en el ámbito turístico. A medio plazo, cuando el contexto sanitario mejore y las condiciones de accesibilidad estén normalizadas se desarrollarán, a medio plazo, famtrips con agencias y operadores que faciliten la promoción del destino.

En este sentido, la primera de las acciones a implementar por Turismo de Sevilla-Contursa ha sido la *alianza con CEAV* (Confederación Española de Agencias de Viajes) para adherirse como miembro de esta Red que agrupa el 97% del sector. De esta forma se permitirá el refuerzo en la promoción del destino en las agencias de viajes, el uso de los canales de comunicación de toda la red, etc.

Del mismo modo, con RENFE, a través del Convenio suscrito con ésta, se están conformando y promocionando productos/experiencias para su comercialización por agencia de viajes. Estas alianzas, se extenderán a compañías aéreas (con Vueling ya se ha iniciado alguna campaña) y a otros agentes de transporte como MOVELIA para el intercambio de promoción y utilizar dispositivos tickets.

Las alianzas con Prodetur, Turismo Andaluz y Turespaña son más estables y tienen un carácter más transversal pues permiten, entre otras cuestiones, el establecimiento de acuerdos y desarrollo de actuaciones de promoción con otros agentes comerciales del mercado nacional e internacional.

Actuación

4.3. Alianzas del destino común: promoción del destino Andalucía

Descripción

Dentro de los acuerdos de Turismo de Sevilla con Turismo Andaluz y Prodetur, se desarrollarán acciones de promoción del destino Sevilla en la propia región andaluza. Algunas de las actuaciones que se podrían implementar en el marco de estas alianzas son:

- Desarrollo de una campaña de promoción mutua entre Sevilla y la provincia de la mano de Prodetur para trabajar en la reactivación y promoción conjunta de productos turísticos combinados de la provincia (turismo ecuestre, mundo del toro, naturaleza). Esta actuación requerirá, de forma previa, la correcta integración de la oferta de Sevilla en los productos provinciales conformados por la institución provincial.

- Celebración de un foro de técnicos de turismo de la provincia.

Estas actuaciones se tendrán que complementar con las acciones de comunicación planteadas en el eje 6 dirigidas al visitante y/o turista de procedencia regional.

Actuación 4.4. Desarrollo de acciones de promoción recíprocas con ciudades gracias a alianzas bilaterales.

Descripción Las alianzas bilaterales de Sevilla con otras ciudades permitirán el desarrollo de acciones recíprocas de promoción. En este sentido, Sevilla mantiene vínculos con las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia, Valladolid, A Coruña, Bilbao, Vitoria, San Sebastián, Cáceres, etc. Estas acciones de promoción se articulan a través del intercambio de publicidad -soportes publicitarios urbanos, por ejemplo-, presentaciones al sector turístico compartidas por ambos destinos, etc. En muchos casos estas acciones se coordinan con Renfe y con las compañías aéreas que conectan los destinos. Con la puesta en marcha del Plan 8 se han iniciado actuaciones de promoción con las ciudades de Bilbao y Barcelona. Así, por ejemplo, con Barcelona se ha iniciado una campaña de comunicación sobre un paquete turístico con oferta de ambas ciudades y París, con tarifa especial de tren-Renfe.

Actuación 4.5. Desarrollo de acciones de promoción y de apoyo a la comercialización del destino en el marco de la Red de Ciudades AVE

Descripción La pertenencia de Sevilla a la Red de Ciudades AVE posibilita la participación en numerosas acciones de promoción. En este sentido, y en el marco del Plan 8, se articularán las siguientes acciones:

- Acciones de promoción de la Red en seminarios digitales como el celebrado recientemente por CEAV Meeting Andalucía.
- Desarrollo de la Pagina Web de la Red, y de acciones de comunicación y difusión a través de las redes sociales.
- Seo, web perfilada (e-commerce).

- Actualización del Blog, a través de entradas semanales de contenido.
- SEM y Google AdWords para generar tráfico.
- Convenios con otras redes: Rutas del Vino (Castilla y León), Ciudades Patrimonio y Paradores.
- Propuesta de comunicación de Renfe, que potenciará el destino.
- Difusión de newsletter para clientes finales de la Web.
- Elaboración de nuevo material gráfico y guía para agencias de viajes.

Actuación 4.6. Plan de acción promocional de La Ruta Vía de La Plata

Descripción

La pertenencia de Sevilla a la red de ciudades de la Ruta Vía de La Plata facilita el desarrollo de acciones de promoción vinculadas a este Producto Turístico. En este sentido, en el marco del Plan 8 Sevilla, se pondrán en marcha en los próximos meses, entre otras, las siguientes acciones:

- Difusión en blogs especializados del producto “motero” entorno a la Vía de la Plata. Además, se editará un video y se enviará material a clubs de motos de España y Portugal.
- Actualización de los tracks en BTT y carretera y publicidad de éstos.
- Viajes OET. Reunión de las CC.AA. con Turespaña sobre ese tema.
- Creación de un folleto de la Red.
- La presentación de la candidatura de Itinerario Cultural Europeo para el 2021.
- Para la promoción de “Rutas Culturales” se realizarán campañas de comunicación y dos presentaciones: una en Madrid en septiembre y otra en Valladolid en noviembre (en el caso que de que la feria INTUR se celebre).
- Inclusión de Sevilla en el recorrido Eurovelo, ruta internacional en bicicleta que llega hasta Huelva, pero que no pasa por Sevilla en la actualidad. Será necesario desarrollar medidas para modificar el itinerario.
- Colocación de paneles en el sendero GR100 – Ruta Vía de la Plata en la provincia de Sevilla. Sevilla dispone del panel correspondiente a la etapa Sevilla – Santiponce que se debe colocar.

Actuación 4.7. Plan de promoción de turismo deportivo a nivel nacional

Descripción

El turismo deportivo es uno de los segmentos turísticos clave para la reactivación del turista nacional. En este sentido se plantea la ejecución de un plan de promoción que recoge las siguientes acciones:

- Elaboración de un **calendario de actividades y pruebas deportivas** de interés, donde se incluyan aquellas en las que el visitante pueda participar de forma activa, como el triatlón de Sevilla o las carreras populares, todo ello en consenso con el IMD. Hay programados eventos como por ejemplo uno de fitness de alto nivel en Fibes.
- Elaboración de un **calendario de eventos deportivos** en los que el visitante actúa como espectador. Están previstos los siguientes eventos: Final de la UEFA, Copa del Rey de Fútbol, Regata Sevilla Betis, vuelta ciclista a Andalucía, Campeonato de Padel Surf, etc.
- Elaboración de un **plan de promoción deportivo a nivel nacional**, dirigido inicialmente a la Promoción de Maratón de Sevilla y media maratón en los destinos nacionales donde se celebren pruebas similares como Valencia. Antes de cada prueba, existe un salón del deportista donde recogen los dorsales y donde es posible hacer promoción del destino.

Actuación 4.8. Programa de promoción dirigido al turismo familiar

Descripción

El turismo familiar es otro de los segmentos claves para la reactivación del turismo de Sevilla. En este sentido, es inminente la puesta en marcha de un programa de promoción dirigido a las familias españolas. Este incluye las siguientes medidas:

- Inclusión de Sevilla en la APP Turismo Cultural en Familia de la revista “Viajar con Hijos”

- Inclusión de Sevilla en la iniciativa #EnFamiliaPorespaña, y su difusión entre el sector
- Revisión y actualización de “Aventuras en Familia”
- Actualización BBDD de agencias/prescriptores vinculados con este segmento

Este programa, además, se sustenta en las acciones de la línea de trabajo 6 (Comunicación y marketing digital) dirigidas a difundir las actividades y experiencias turísticas realizables en la ciudad, articulando campañas en los periodos de Verano, Otoño y Navidad.

Estas campañas son claves, incluidas la de primavera de 2021 la cual se preparará durante el último cuatrimestre del año.

Actuación

4.9. Promoción del cicloturismo urbano en Sevilla

Descripción

El uso de la bicicleta, muy consolidado en Sevilla, está potenciándose en el actual contexto de crisis sanitaria. Es por lo cual que, con esta actuación, se promocionará el cicloturismo urbano en la ciudad, a través de las siguientes medidas:

- Colaboración en la redacción de un plano de Sevilla que incluye rutas geolocalizadas turísticas por la ciudad.
- Difusión, mediante un folleto ya elaborado, del uso de la bicicleta de la mano de la oficina de la bicicleta de la Gerencia Municipal de Urbanismo.
- Creación de rutas en bicicleta con salida de la ciudad hacia la provincia de Sevilla. Existe una gran afición a esta actividad y una gran red de itinerarios tanto de turismo activo como de paseos turísticos.
- Atender las demandas de los empresarios turísticos que ofrecen estos servicios, a través de la Oficina Virtual de Atención al Sector.
- Difusión de la aplicación (app) de rutas turísticas temáticas en bicicleta por Sevilla, que permiten conocer el patrimonio histórico que se encuentra fuera del casco histórico.
- Desarrollo de trabajos para incluir a Sevilla en el circuito de la red de Eurovelo, proyecto europeo de red de rutas ciclistas de largo recorrido.

Actuación 4.10. Acciones de presentación del Destino en Castilla y León y Castilla La Mancha a agencias de viajes y otros prescriptores/compradores

Descripción

Ambas regiones se convierten en dos potenciales mercados nacionales de interés para nuestro destino. Es por ello por lo que se plantea el desarrollo de acciones de presentación del Destino a prescriptores y/o compradores potenciales. En el marco de estas acciones se tratarán de establecer acuerdos de promoción online.

El formato de estas acciones se determinará en función del contexto actual de incertidumbre. El road show es una modalidad que ha dado buenos resultados en los últimos años. También se podrán desarrollar Webinar-Formación online como herramientas de presentación del destino.

Actuación 4.11. Alianzas con Portugal para el desarrollo de acciones de promoción

Descripción

En un contexto como el actual, se antoja fundamental aprovechar la posición estratégica de Sevilla para el establecimiento de alianzas con algunas de las ciudades más importantes de Portugal, fortaleciendo de este modo el eje Portugal-Andalucía (Sevilla-Huelva-Portugal).

Se plantea el desarrollo de acciones recíprocas de promoción, considerando el potencial del mercado portugués para el destino Sevilla, realizándolas en coordinación con la OET en Portugal. En este sentido, se realizarán, entre otras medidas, presentaciones del destino en Oporto y el Lisboa, orientadas a prescriptores turísticos.

3.5

Línea 5: Promoción Internacional

El turismo internacional en la ciudad de Sevilla ha tenido en los últimos años una relevancia extraordinaria, lo que evidencia el fuerte impacto que la pandemia del Covid19 tiene y tendrá en las cifras del sector, asumiendo que los mercados internacionales serán los últimos en recuperarse, aunque todo apunta a que el turismo internacional va a empezar a reactivarse más pronto de lo esperado.

En cualquier caso, la demanda internacional del destino en la etapa pre-Covid justifica el desarrollo de una línea de trabajo específica para la promoción de Sevilla en los mercados exteriores. En este sentido, además del restablecimiento de las conexiones aéreas a nivel internacional, se desarrollarán en primera instancia análisis y estudios de los mercados internacionales para implementar, posteriormente, una acción promocional potente en los mercados definidos, medidas que inicialmente se realizarán de forma telemática. Potencialmente, las primeras acciones se dirigirán a aquellos mercados maduros europeos prioritarios para Sevilla (Francia, Reino Unido, Italia, Alemania y Centro Europa) y a Marruecos.

Id Actuaciones

- | | |
|-----|--|
| 5.1 | Estudio de los mercados internacionales, priorización de estrategias y segmentos en función del análisis y evolución de éstos, y desarrollo de planes de contingencia del destino. |
| 5.2 | Participación en webinars y foros virtuales que organizan las asociaciones turísticas internacionales a las que pertenece el destino Sevilla. |
| 5.3 | Presentaciones online del destino dirigidas a los agentes de viaje y turoperadores más relevantes de cada mercado. |
| 5.4 | Formalización de Acuerdos ya establecidos en el pasado con ciudades europeas y con Marruecos adaptándolos al nuevo escenario |
| 5.5 | Acciones B2B con las agencias de turoperación especializadas en mercados de medio y largo radio con sede en Madrid y Barcelona. |
| 5.6 | Convenio de colaboración con la ciudad de Madrid para la promoción conjunta en destinos de largo radio y establecimiento de un nuevo convenio con la ciudad de Barcelona. |
| 5.7 | Potenciación de mercados de largo radio a través de la comercialización de productos como Andalusian Soul y los creados por Red de Ciudades AVE (Renfe Spain Pass). |
| 5.8 | Asistencia a ferias de sectores económicos no vinculados al turismo de la mano de EXTENDA. |

Actuación

5.1.

Estudio de los mercados internacionales, priorización de estrategias y segmentos en función del análisis y evolución de éstos, y desarrollo de planes de contingencia del destino

Descripción

Cada país perderá las restricciones de movilidad internacional en una determinada fecha y con condicionantes que marcarán la promoción. En este sentido, será prioritario ir realizando estudios continuos de los distintos mercados internacionales e ir planificando las estrategias según mercados y segmentos, de forma que la implementación de las actuaciones se realice de forma escalonada.

Para la realización de estos análisis será necesario contar con el apoyo de Turespaña. En este sentido, desde el presente mes de junio se están manteniendo reuniones virtuales con las Oficinas de Turismo en el Extranjero para contar con información a tiempo real y poder elaborar planes de recuperación de mercados conjuntamente. Del mismo modo, se tiene previsto participar en otros foros virtuales organizados por asociaciones/entidades internacionales que permitirán conocer el rumbo y tendencias de los mercados. También será de gran interés realizar encuestas a turistas de nuestros mercados objetivos para obtener un mayor conocimiento de la demanda.

Actuación

5.2.

Participación en webinars y foros virtuales que organizan las asociaciones turísticas internacionales a las que pertenece el destino Sevilla.

Descripción

El restablecimiento de las alianzas del destino Sevilla con las asociaciones turísticas internacionales a las que pertenece (ETOA, WTTC, PATA, OMT, IGLTA, etc.) es prioritario para visibilizar y posicionar nuestro destino dentro del contexto turístico mundial.

Es por lo cual que desde este mes de junio se están manteniendo y se tienen previsto mantener reuniones virtuales para presentar el destino a turoperadores, agencias de viajes y otros prescriptores:

- ETOA (European Tourism Association): Mesa redonda que se celebra el 9 de junio de 2020
- IGLTA (Asociación Internacional de Viajes LGBTQ): Webinar celebrado durante el mes de junio
- WTTC: Reunión con los Destinos miembros de la WTTC, celebrado durante el mes de junio
- PATA (Pacific Área Travel Association): se celebrará durante los meses de junio-julio los primeros webinars.

Se trata, por tanto, de una acción de gran relevancia para la promoción internacional de nuestro Destino.

Actuación

5.3.

Presentaciones online del destino dirigidas a los agentes de viaje y turoperadores más relevantes de cada mercado

Descripción

Se trata de una acción promocional de gran impacto e interés para nuestro destino, que se irá desarrollando progresivamente a medida que vayan evolucionando los mercados internacionales.

En cualquier caso, desde Turismo Sevilla se están iniciando las presentaciones online y contactos con determinados mercados internacionales con potencial para Sevilla:

Italia:

- Il Giro del Mondo. Es el foro virtual más importante de Italia en el que Sevilla, además de promocionarse, participará en un concurso para los agentes de viajes en el portal ADV Training dedicado a la formación de agentes de viajes italianos con más de 30.000 agentes de viajes inscritos
- Italia Travel World, portal innovador italiano. Sevilla estará presente en su newsletter que se envía 2 veces a la semana a 380.000 usuarios.
- En colaboración con la Oficina Española de Turismo en Roma y ADV Training, se va a organizar un webinar sobre Sevilla dirigido a los agentes de viajes inscritos. Tendrá lugar el próximo 9 de noviembre.
- Evento VR-Workshop Spagna-20: es la primera edición de Turespaña, exclusiva para el mercado Italia, de un evento de realidad virtual que se celebrará el 29, 30 septiembre y 1 de octubre.

Países del Golfo Pérsico:

- Arabian Travel Market Virtual. Celebrado en el mes de junio ha permitido presentar el Destino Sevilla a diferentes TTOO de Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí, Bahréin, Omán, India, etc...
- Propuestas del Destino para su inclusión en catálogos de TTOO y OTAs de Oriente Medio.

Para la puesta en marcha de esta actuación es fundamental contar con contenidos digitales apropiados y actualizados, los cuales forman parte de otras actuaciones del Plan 8.

Actuación

5.4.

Formalización de Acuerdos ya establecidos en el pasado con ciudades europeas y de Marruecos adaptándolos al nuevo escenario

Descripción

Sevilla durante los últimos años ha mantenido relaciones de cooperación y promoción bilateral con ciudades europeas y de Marruecos, por el potencial turístico que éstas tienen para nuestro Destino.

Con esta acción se quieren formalizar estos acuerdos adaptándolos al nuevo escenario post-Covid19. La formalización de estos acuerdos permitirá, entre otras cuestiones, realizar campañas de promoción conjuntas entre ciudades, mejorar la conectividad entre ellas, etc.

Algunas de estas ciudades son:

- Varsovia & Cracovia
- Turín & Nápoles
- Marrakech - Rabat - Fez.

Actuación	5.5. Acciones B2B con las agencias de turoperación especializadas en mercados de medio y largo radio con sede en Madrid y Barcelona.
Descripción	<p>Una estrategia para la captación de mercados de medio y largo radio pasa por la intermediación a través de agencias de turoperación especializadas con sede en Madrid y Barcelona. Son varias las agencias con sede en ambas ciudades especializadas en organizar viajes en estos mercados.</p> <p>Además de las acciones B2B con estas agencias, algunas ya iniciadas con la ciudad Condal, se prevé la realización de promociones en Destino y Origen, y de presentaciones directas e inversas a través de fam & press trips cuando el contexto sanitario mundial lo permita.</p> <p>Estas acciones se realizan en marco de los convenios de colaboración con las ciudades de Madrid y Barcelona (actuación posterior).</p>

Actuación	5.6. Convenio de colaboración con la ciudad de Madrid para la promoción conjunta en destinos de largo radio y establecimiento de un nuevo convenio con la ciudad de Barcelona
Descripción	<p>Sevilla lleva meses trabajando con Madrid y Barcelona para la firma de sendos convenios de colaboración para la promoción conjunta en destinos de medio y largo radio.</p> <p>El objetivo de esta acción es, por tanto, activarlos y firmarlos para iniciar actuaciones de comunicación y promoción entre ciudades que fortalezca la oferta turística de ambos destinos.</p> <p>En este sentido, Sevilla y Barcelona ya han iniciado una acción conjunta en el marco de la Red Ciudades Ave, generando un paquete turístico y una campaña de promoción y publicidad asociada entre ambas ciudades y Paris.</p>

Actuación

5.7.

Potenciación de mercados de largo radio a través de la comercialización de productos como Andalusian Soul y los creados por Red de Ciudades AVE (Renfe Spain Pass).

Descripción

En un contexto en el que las alianzas son claves para el desarrollo y promoción de los Destinos Turísticos, en el marco del Plan 8 se potenciarán dos herramientas a las que pertenece Sevilla.

Por un lado, se reactivará la comercialización del *Andalusian Soul*, producto conformado entre las ciudades de Sevilla, Málaga, Granada y Córdoba, y concebido para atraer la demanda de los mercados de largo y medio radio.

Del mismo modo, se colaborará con Renfe en la *Renfe Spain Pass*, instrumento dirigido al mercado internacional que facilitará la atracción de turistas internacionales.

Actuación

5.8.

Asistencia a ferias de sectores económicos no vinculados al turismo de la mano de EXTENDA

Descripción

Sevilla, a través de EXTENDA, Agencia Andaluza de Promoción Exterior, está presente en las numerosas ferias comerciales que en los sectores estratégicos de nuestra región se celebran en el mundo. Y aunque entre dichos sectores no está el turismo (este es promocionado por Turismo Andaluz), su conocimiento y presencia en estos eventos y mercados internacionales tiene gran potencialidad para promocionar el Destino Sevilla de forma conjunta.

Aprovechando la presencia de EXTENDA en el Comité de Conectividad Aérea de Sevilla, se establecerán y desarrollarán actuaciones de promoción turística de la mano de la primera en eventos internacionales como, por ejemplo, podrían ser los del sector aeronáutico y el agroalimentario.

3.6

Línea 6: Comunicación & Marketing Digital

La necesidad de reactivar el destino Sevilla en el contexto internacional de crisis sanitaria, junto con el proceso de transformación de la gobernanza turística local, justifica el desarrollo de una nueva estrategia de comunicación que se encargue en primera instancia de desarrollar una nueva Imagen de Marca Ciudad y de la generación de herramientas de marketing para el desarrollo de acciones de promoción conjunta.

En cualquier caso, a través de esta línea de trabajo y de forma complementaria al proceso de creación de la marca, se desarrollarán actuaciones de comunicación y marketing digital durante los primeros meses de implementación del Plan8 focalizando sus mensajes en la reactivación de la ciudad y en visibilizar a Sevilla como un destino seguro.

Ante situaciones como la actual gana fuerza la colaboración de todos los agentes implicados en el desarrollo turístico del destino, entre ellos los medios de comunicación locales. En este sentido, será fundamental generar una alianza que potencie un mensaje común que facilite la proyección de Sevilla en los mercados turísticos.

Actuaciones

6.1	Creación, diseño, posicionamiento y desarrollo de la Marca Turística del Destino como instrumento de promoción de la Ciudad.
6.2	Campaña especial de lanzamiento para reactivación del Destino
6.3	Campañas en coordinación y colaboración con otras organizaciones (redes, compañías de transporte, prescriptores, etc.)
6.4	Campaña off line/on line, estancias cortas - citybreaks (Agenda Otoño Cultural).
6.5	Campaña de comunicación/atracción enfocada a las Navidades.
6.6	Campañas, online y offline, de la nueva Marca a través de diferentes medios de difusión.
6.7	Desarrollo de actuaciones con las universidades de la ciudad para incentivar la participación de los estudiantes en la creación de proyectos innovadores de comunicación y promoción del destino y para la participación de profesores en la promoción del destino
6.8	Transmisión de experiencias turísticas de la ciudad en remoto a través de acuerdos con AirBnb
6.9	Creación de un Foro permanente de Comunicación integrando al sector y a los medios de comunicación para el consenso del mensaje a transmitir de la ciudad.
6.10	Desarrollo y potenciación del entorno WEB de Turismo Sevilla: Actualizarlo y dotarlo de contenidos, según público objetivo
6.11	Fortalecimiento de la información turística virtual del Destino a través de chats virtuales
6.12	Diseño de mapas turísticos, generales y tematizados (museos, iglesias/conventos, casas-palacio, parques, galerías de arte...)
6.13	Creación de catálogos y/o tours virtuales para conocer la ciudad, incluyendo experiencias que puedan comercializarse de la web de turismo de Sevilla
6.14	Desarrollo de una agenda turística digital personalizada que permita conectar al turista con el destino
6.15	Desarrollo de presstrips
6.16	Mupis para la difusión de las rutas turísticas existentes de Sevilla a través de la utilización de códigos QR

Actuación **6.1** Creación, diseño, posicionamiento y desarrollo de la Marca Turística del Destino como instrumento de promoción de la Ciudad.

Descripción

Con carácter inmediato, a través de esta actuación, se van a realizar todos los procesos necesarios para la creación, diseño, posicionamiento y desarrollo de la Marca Turística del Destino de manera que sirva como instrumento para la promoción de la Ciudad.

Para ello, será necesario aunar esfuerzos con todos los actores económicos de la ciudad e incorporar a todas las áreas municipales. La marca ciudad tiene que aglutinar todos los valores que posee como ciudad y como destino: patrimonio, historia, vida, autenticidad, identidad, solidaridad, alegría, etc., además de los vinculados a la sostenibilidad, innovación, inversión, tecnología, conectividad, riqueza empresarial, industria aeronáutica o importancia aeroespacial a nivel internacional.

En cualquier caso, los valores de la marca ciudad deben estar dirigidos tanto a la ciudadanía como al turista y es fundamental destacar que la forma de vida de Sevilla contribuye a enriquecer la marca.

Asimismo, bajo el paraguas de esta marca ciudad, se articularán los procedimientos específicos según segmentos como, por ejemplo, la marca Turismo MICE.

Actuación **6.2** Campaña especial de lanzamiento para reactivación del Destino

Descripción

De cara a reactivar el destino, se pone en marcha esta campaña de comunicación con efecto inmediato, que debe coordinarse con la campaña especial de RRSS y que estará fortalecida a través de los embajadores que tiene la ciudad.

Para ello, se propone la generación de un hashtag *#welcometoSeville* que será el paraguas de esta campaña especial de lanzamiento y de todas las que se lancen al amparo de ésta durante los próximos meses.

Se iniciará con la celebración del partido de fútbol de la liga española Sevilla Fútbol Club y Real Betis Balompié disputado el día 11 de junio de 2020, articulándose concretamente con la inclusión del citado hashtag en las camisetas de ambos equipos. Éste aparecerá en la indumentaria de ambos equipos durante el resto de partidos de la liga 2019-2020 y los primeros partidos que se celebren de la temporada 2020-2021.

También, esta Campaña tendrá un hito inicial de relevancia que será el Evento que se celebrará a finales del mes de junio y en el que además de presentar el Plan 8 se organizará un foro de reflexión del sector turístico. La comunicación de este evento se articulará en torno a este hashtag.

Además, esta Campaña se articulará a través de una selección de piezas audiovisuales específicas destinadas al público local, profesional, nacional. Se trata de imágenes audiovisuales donde se mostrará y promocionará la Oferta de la Ciudad. Estas ediciones se coordinarán en la web y en los canales sociales específicos. Cada uno llevará una palabra clave y definición de Keywords, de cara al posicionamiento.

Se trata de crear relatos breves tanto en vídeo como en texto que puedan ayudar al canal de posicionamiento y venta en la comercialización de los servicios relacionados con las marcas seleccionadas. No serán muy técnicos, haciendo hincapié en relatos interesantes y curiosos. Estos relatos se trasladarán a videos cortos con una duración máxima de 1m30s. Serán locutados para que se puedan activar los subtítulos en el contenido que se aloje en YouTube.

Dicha campaña se ejecutará durante los meses de verano (junio, julio y agosto). Asimismo, el resto de las campañas incluidas en el marco del Plan8 de forma inminente deben estar conectadas con esta actuación.

Actuación

6.3 Campañas en coordinación y colaboración con otras organizaciones (redes, compañías de transporte, prescriptores, etc.)

Descripción

Para reactivar el turismo de la ciudad, se están coordinando con diferentes entidades el desarrollo de campañas turísticas con efecto inmediato, como es el caso de compañías aéreas, transporte terrestre y ferroviario.

De la misma manera, se está aprovechando la vinculación de Sevilla con las distintas redes con las que trabaja para coordinar actuaciones a desarrollar en el corto plazo. Algunas de estas redes son Red de Ciudades AVE, Red Andalusian Soul o Saborea España, Ruta de la Plata, etc.

Asimismo, se establecerán acuerdos con bloggers e influencers para la mejora del tráfico en RRSS

Actuación **6.4** Campaña off line/on line, estancias cortas - citybreaks (Agenda Otoño Cultural)

Descripción

De cara a recuperar el mercado nacional inicialmente, a través de esta actuación se va a aprovechar la cercanía de destinos, especialmente los que se encuentran en un radio de 2 horas para continuar con las ciudades del producto Andalusian Soul (Córdoba, Málaga y Granada). Paulatinamente se extenderá a otras CCAA, con las que se podrá aprovechar el intercambio de mupis corporativos.

Esta campaña se articulará a través de la nueva marca del destino. En base a la nueva marca, se generará un hilo de comunicación, una historia con claim, que aglutine toda la oferta básica (cultura, familia, gastronomía, senior, flamenco, etc.). Asimismo, será necesario generar hilos conductores para cada segmento. En este sentido, hay que tener en cuenta que buena parte del target de esta campaña se caracterizará por llegar al destino en coche (road trips).

Actuación **6.5** Campaña de comunicación/atracción enfocada a las Navidades.

Descripción

Esta campaña debe realizarse, también, bajo el paraguas de la nueva marca ciudad, siendo de gran relevancia para el futuro reconocimiento de esta y su vinculación con el destino. Asimismo, es fundamental que se dirija especialmente al turismo familiar y los viajes en pareja.

La importancia de esta campaña recae, principalmente, en la recuperación de los flujos turísticos de cara a finales del 2020.

Actuación

6.6 Desarrollar campañas, online y offline, de la nueva Marca a través de diferentes medios de difusión.

Descripción

Con esta actuación se van a desarrollar acciones de promoción y difusión a través de diferentes medios, como son los siguientes:

- Cuñas, spots, carteles, anuncios
- Publicidad de guerrilla o marketing radical
- Publicidad en buses y taxis de ciudades target
- Publicidad en aeropuertos de entrada: Sevilla, Málaga y Faro
- Crear stories telling por temáticas

Asimismo, se integra la realización de una campaña de marketing en RRSS que sirva para la activación de la nueva marca Sevilla por segmentos y mercados.

Actuación

6.7 Desarrollo de actuaciones con las universidades de la ciudad para incentivar la participación de los estudiantes en la creación de proyectos innovadores de comunicación y promoción del destino y para la participación de profesores en la promoción del destino

Descripción

La firma de un convenio único con las universidades de Sevilla permitirá realizar determinadas acciones de cara a favorecer la promoción del destino. Por un lado, permitirá la elaboración de un plan estratégico de captación de reuniones para sectores específicos en los que la ciudad de Sevilla sea especialmente relevante. De esta manera, se establecerá un trabajo de coordinación para la captación de reuniones, así como la realización de famtrips, donde el profesorado ejerza como embajador del destino, para el mercado asociativo.

Por otro lado, se incentivará al alumnado universitario a realizar proyectos innovadores de comunicación y promoción del destino que podrán estar retribuidos con créditos ECTS (aplicables a asignaturas optativas) y contar con la opción de un premio en metálico y unas prácticas como informadores turísticos.

En esta línea de colaboración, Ayuntamiento y un grupo multidisciplinar de estudiantes de distintas universidades y centros de estudios, ha elaborado y cedido al Ayuntamiento el video “Sevilla en tus manos” para la promoción del destino en el marco del Plan8. Esta medida refleja la inmediatez de la ejecución de las acciones del Plan.

Actuación

6.8

Transmisión de experiencias turísticas de la ciudad en remoto a través de acuerdos con Airbnb

Descripción

Esta actuación prevé realizarse a corto plazo y para ello se deben establecer una serie de acuerdos con la plataforma Airbnb desde la que se permita la transmisión de experiencias turísticas por parte de anfitriones locales a cualquier parte del mundo.

A través de actividades únicas diseñadas y organizadas por personas locales se proporcionará un conocimiento más profundo del destino, mostrando una forma diferente de explorar la ciudad. De esta manera se promocionará el destino Sevilla y, además, se incrementará el público objetivo al que dirigir las actuaciones de comunicación.

Actuación

6.9

Creación de un Foro permanente de Comunicación integrando al sector y a los medios de comunicación para el consenso del mensaje a transmitir de la ciudad.

Descripción

Esta actuación forma parte de los cuatro Foros Permanentes que se han creado en el marco del presente Plan8. Se trata de crear un proyecto colectivo asesor de comunicación y posicionamiento del destino Sevilla de forma permanente, con una periodicidad trimestral, que permita optimizar la comunicación y los recursos de manera coordinada con el Ayuntamiento de Sevilla. En la misma línea se generará una bolsa de empresas de comunicación de la ciudad.

La involucración de los medios de comunicación será clave para la promoción de la marca ciudad de Sevilla. En ello es fundamental que el mensaje que se quiere transmitir del destino, tanto dentro como fuera de la ciudad, vaya en la misma dirección.

Actuación

6.10

Desarrollo y potenciación del entorno WEB de Turismo Sevilla: Actualizarlo y dotarlo de contenidos, según público objetivo

Descripción

Esta actuación se encuentra íntimamente relacionada con la creación de la nueva marca, por ser el soporte principal de comunicación del destino.

Con esta actuación se adaptarán los contenidos del portal web, tanto a nivel de productos como a nivel de mercados, desde el ámbito experiencial, además de incorporar un espacio para el Punto de Información Turística. De igual manera, se actualizará el entorno específico dedicado al sector profesional, facilitando la presencia de empresas turísticas de la ciudad.

Todos los contenidos deberán ser segmentados por tipologías o segmentos de turistas que visiten la ciudad (foodies, deportistas, jóvenes, parejas...) y deberán completarse con material audiovisual/videos (rutas temáticas y conocer nuevas zonas y/o recursos), así como producir micro píldoras con diferentes profesionales que cuenten su visión de la ciudad y los recursos que más pueden interesar a turistas con diferentes motivaciones.

En cualquier caso, es fundamental incorporar información práctica del Covid-19 y de los protocolos de actuación implantados en el destino, lo cual se ha venido haciendo desde que se inició la crisis sanitaria. En este sentido, se ha incorporado la herramienta "Padlet" que está facilitando la difusión de toda esta información.

Como herramienta integrada, se podrá habilitar un microsite donde los turistas que hayan visitado Sevilla realicen publicaciones de sus viajes y estancias en la ciudad, dinamizando la participación con concursos y premios a los posts más valorados.

Actuación 6.11 Fortalecimiento de la información turística virtual del Destino a través de chats virtuales

Descripción

Para fortalecer la información turística virtual del destino, se antoja necesario contar con chats virtuales y/o asistentes virtuales que faciliten esta tarea de cara al turista. Por ello, a través de esta actuación, se va a proceder a la instalación de un ChatBox en la Oficina de Apoyo al sector turístico (OAST).

Este chat online de atención al turista incorpora herramientas que permiten ofrecer información más personalizada, gracias a que son capaces de segmentar y gestionar los datos, según el tipo de turista que solicite la información.

Actuación 6.12 Diseño de mapas turísticos, generales y tematizados (museos, iglesias/conventos, casas-palacio, parques, galerías de arte...),

Descripción

A través de esta actuación se van a diseñar mapas turísticos, de carácter general y tematizados, que incorporarán contenidos más visuales que permitan posicionar el destino en la mente del viajero.

Este material cartográfico será elaborado tanto en formato físico como en digital, de manera que pueda ser incorporado al portal web del destino. Esta actuación se desarrollará de manera inmediata.

Actuación 6.13 Creación de catálogos y/o tours virtuales para conocer la ciudad, incluyendo experiencias que puedan comercializarse de la web del turismo de Sevilla

Descripción

Con el foco puesto en el corto-medio plazo, a través de esta actuación se va a promocionar Sevilla telemáticamente mediante tours virtuales que posibiliten conocer la ciudad antes de visitarla. Para ello se contará

con tecnología 3D y/o 360° de manera que se establezca un vínculo emocional con el turista que le anime a visitar el destino.

Uno de estos catálogos se caracterizará por recoger a los establecimientos de alojamiento más exclusivos de la ciudad, unido a la gastronomía y la cultura y estará dirigido a mercados internacionales con el fin de promocionar Sevilla como un destino Premium.

Actuación **6.14** Desarrollo de una agenda turística digital personalizada que permita conectar al turista con el destino

Descripción

Con esta actuación se va a desarrollar una Agenda, que estará activa a partir del mes de septiembre, y que será difundida a través de la Plataforma OTT que lanzará Contursa-FIBES.

Esta agenda contará con contenidos digitales en continua actualización y que el turista recibirá en cuanto llegue al destino, de modo que se pasen a su dispositivo móvil ofreciéndole información turística, sanitaria y de seguridad de manera actualizada. Esta información debe contener eventos, recomendaciones personalizadas, localización, puntos wifi, etc.

Actuación **6.15** Desarrollo de presstrips

Descripción

Con esta actuación no solo se pretenden retomar las acciones pendientes sobre presstrips que han tenido que ser pospuestas por la situación actual, sino también ampliar la comunicación de este tipo.

Además de realizar presstrips con compañías aéreas que vuelan al destino Sevilla, también deben desarrollarse acciones dirigidas a medios de comunicación e influencers especializados en viajes con impacto en diferentes mercados internacionales.

Asimismo, se organizarán encuentros de periodistas de Andalucía, Portugal y Marruecos en Sevilla de manera que el destino gane presencia en los medios de comunicación.

También se analizará la posibilidad de desarrollar un proyecto con “Grandes Decisores”, seleccionando a directores de Marketing de empresas españolas con presupuestos de Comunicación que superen el millón de €, y a Directores Generales de Agencias y Consultoras con al menos 2 clientes entre las 5000 mayores empresas del país, a los que se les realizará un viaje de familiarización en fechas concretas.

Actuación **6.16** Mupis para la difusión de las rutas turísticas existentes de Sevilla a través de la utilización de códigos QR

Descripción

A través de esta actuación, de efecto inmediato, se van a incorporar en los mupis propios el mapa de la ciudad con códigos QR, uno de Tussam y otro de la Web de Turismo, que se irán actualizando según su uso y la incorporación de nuevas rutas. La posición estratégica de cada mupi permitirá el enlace directo a las rutas que recorren la ciudad. De esta manera, los turistas podrán guiarse con facilidad y contarán con información turística de los recursos.

Los criterios a la hora de seleccionar la ruta concreta para cada mupi se basarán en la cercanía de los recursos, el estilo principal o si es o no visitable. Del mismo modo se tendrá en cuenta la no repetición de hitos en una misma ruta y se tratará de incorporar un mínimo de dos rutas por mupi.

3.7

Línea 7: Destino Sostenible Inteligente

En el contexto actual es necesario potenciar la digitalización del sector en toda su cadena de valor de manera que incida en una mejora de la prestación de los servicios de cara al turista y en la propia planificación y gestión del destino por sus actores. Pero, además, tal y como se articula desde este eje de trabajo, se deben promover aspectos como la innovación, la tecnología, la accesibilidad universal o la sostenibilidad, que se postulan como los factores esenciales para convertir a Sevilla en un destino turístico inteligente y que son aplicables a la totalidad de ámbitos de gestión y desarrollo de un destino. Tanto es así, que el carácter transversal de esta línea hace que se integre con el resto de los ejes del plan.

Esta línea permite, por tanto, avanzar en la sostenibilidad del destino, con acciones directas que mejorarán su dimensión ambiental y social, pero también con el desarrollo de acciones digitales y de carácter tecnológico que de forma transversal redundarán en una mejora de la gobernanza y de la propia competitividad de Sevilla como destino turístico.

Actuaciones

7.1	Realización de un Diagnóstico inicial para caracterizar el destino y determinar la situación de partida hacia un Destino turístico inteligente.
7.2	Elaboración del Plan de Acción de Sevilla como Destino Turístico Inteligente.
7.3	Participación en proyectos europeos que conviertan a la ciudad en un laboratorio urbano.
7.4	Evolución del Centro de Datos hacia un Observatorio Turístico Inteligente
7.5	Generación de una Mesa de Trabajo permanente sobre el Destino Turístico Inteligente de Sevilla, que le dé continuidad a la mesa de expertos organizada en el marco del Plan8.
7.6	Creación de una plataforma de Market Place Virtual del destino Sevilla que reunifique a todas las empresas turísticas de la ciudad y las muestre al mercado internacional facilitando su promoción.
7.7	Organización de la Tourism Innovation Summit – TIS.
7.8	Dotación de un mayor número de espacios wifi en la ciudad.
7.9	Incorporación de los indicadores ETIS (Sistema Indicadores Turismo Europeo) para trabajar sobre ellos.
7.10	Incorporación de Sevilla a INSTO Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible.
7.11	FIBES Sostenible. Desarrollo de un plan específico para FIBES y los eventos realizados en éste. Organización de Evento Sostenible
7.12	Trabajar entre las distintas áreas del Ayuntamiento de Sevilla para promover actuaciones que fomenten hábitos de vida sostenibles entre los ciudadanos y los visitantes.
7.13	Elaboración de un Plan de compensación de emisiones de efectos invernadero derivados del turismo.
7.14	Campaña de sensibilización del sector hostelero para la correcta gestión de los excedentes alimentarios
7.15	Deporte y Sostenibilidad. Integración en infraestructuras y eventos de la sostenibilidad medioambiental.

Actuación 7.1. Realización de un Diagnóstico inicial para caracterizar el destino y determinar la situación de partida hacia un Destino turístico inteligente

Descripción

Sevilla debe aprovechar su reciente incorporación a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (RDTI) para llevar a cabo iniciativas activas enfocadas al impulso de la innovación y la tecnología del destino.

Esta actuación se iniciará con una auditoría DTI realizada por Segittur del destino Sevilla, con efecto inmediato Posteriormente, se obtendrá un diagnóstico sobre la situación de partida que identificará las áreas de mejora para convertir a la ciudad en un destino turístico inteligente.

Algunas de las áreas que se evaluarán son la presencia de nuevas tecnologías en la planificación del desarrollo turístico del destino; herramientas de promoción turística en internet; existencia de políticas de captación de datos (Big Data) y de apertura de datos a la sociedad (Open Data); medidas de accesibilidad en el transporte o el grado de importancia del turismo cultural en la estrategia turística del destino.

Actuación 7.2. Elaboración del Plan de Acción de Sevilla como Destino Turístico Inteligente.

Descripción

A medio plazo, y como continuación del Diagnóstico que va a realizar Segittur de la ciudad, se elaborará este Plan de Acción que dará continuidad al trabajo desarrollado en los últimos años para convertir a Sevilla en un Destino Turístico Inteligente.

Las actuaciones que incluirá dicho plan se asentarán sobre la base de cinco pilares estratégicos: la gobernanza, la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y la accesibilidad.

En cualquier caso, este plan conectará todas las actuaciones que se realizarán desde el Plan 8, y las que se están realizando por parte de las diferentes áreas del Ayuntamiento y que están enfocadas a la mejora de Sevilla como Smart City.

Actuación 7.3. Participación en proyectos europeos que conviertan a la ciudad en un laboratorio urbano.

Descripción

Se trata de poner en marcha un proyecto o proyectos que impulsen la mejora del entorno urbano basada en el legado cultural de la ciudad, de manera sostenible, rentable y eficiente y con la participación de todos, ciudadanos y turistas.

Este proyecto o proyectos plantean el desarrollo de un sistema de gestión sostenible de la cultura y el turismo integrado en toda la estrategia ciudad. Para ello se determinan dos líneas de trabajo fundamentales:

- Plataforma de participación ciudadana inteligente que favorezca la inclusión social y acerque la cultura a colectivos más desfavorecidos.
- Smart cultural HUB, como aceleradora para el desarrollo de nuevos modelos de negocios que combinan el conocimiento científico con el patrimonio cultural en un “Laboratorio de innovación cultural y turística con red de antenas culturales”.

Actuación 7.4. Evolución del Centro de Datos hacia un Observatorio Turístico Inteligente.

Descripción

Esta actuación propone la evolución del Centro de Datos Turísticos hacia un Observatorio Turístico Inteligente basado en la tecnología y en los datos en tiempo real, sin olvidar las fuentes de datos tradicionales ya utilizadas, entre las que se destacan las encuestas a turistas cuando éstos retornen a la ciudad. Su realización conlleva el desarrollo de un marco metodológico de gobernanza y estandarización de los datos de manera integrada.

Esta actuación engloba las siguientes medidas:

- Fortalecimiento y generación de alianzas con otros destinos para el uso compartido de datos y estrategias en esta materia.
- Implantación de estrategias y herramientas de business intelligence que sirvan para transformar información en conocimiento con el objetivo de mejorar el proceso de toma de decisiones: Plataforma de visualización y análisis de datos.

- Incorporación al Observatorio Turístico Inteligente de fuentes de datos en tiempo real que tengan relación directa en el ámbito turístico como los datos de escucha activa en redes sociales, búsquedas y capacidad aérea, comportamiento del turista, etc.
- Incorporación de la analítica avanzada mediante soluciones de inteligencia artificial que nos permita orientar las decisiones, simular y predecir el resultado.

Además, en el marco de esta actuación se analizará la posible integración del IDE (Infraestructura de Datos Espaciales) de la Gerencia Municipal de Urbanismo de Sevilla en el Observatorio Turístico Inteligente: se trata de usar las bases de datos cartográficas y referenciadas, así como el conocimiento de este grupo de trabajo para llevar a cabo Cuadros de Mando Integrados Geo-referenciados (CMIG).

Actuación

7.5.

Generación de una Mesa de Trabajo permanente sobre el Destino Turístico Inteligente de Sevilla, que le dé continuidad a la mesa de expertos organizada en el marco del Plan 8.

Descripción

Esta mesa se sustentará en los expertos que han formado parte de la Mesa de Expertos del Plan 8 “Destino Sostenible Inteligente”, dándole continuidad a los objetivos y planteamientos realizadas durante su celebración.

En esta mesa se canalizarán no solo los proyectos resultantes del Plan 8, sino que se constituirá en un laboratorio de ideas e iniciativas con potencial de desarrollo en el Destino Sevilla. En este contexto, será de gran relevancia analizar y tomar en consideración el desarrollo del proyecto “Smart City” de la ciudad de Sevilla y su incidencia en el sector turístico.

Se propone que esta Mesa se reúna como mínimo de forma semestral. Será coordinada por Contursa.

Actuación

7.6.

Creación de una plataforma de Market Place Virtual del destino Sevilla que reunifique a todas las empresas turísticas de la ciudad y las muestre al mercado internacional facilitando su promoción.

Descripción

La creación de una plataforma de distribución online va a servir como escaparate digital de las empresas turísticas de la ciudad, desde la que poder ofrecer y comercializar sus productos y servicios en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que supondrá un paso adelante en la promoción del destino Sevilla.

Se trata, por tanto, de generar una gran plataforma informática que englobe la oferta, facilite la demanda de forma fácil, intuitiva y segura y permita la comercialización. Además, esta herramienta tendrá la capacidad de integración con otras plataformas del Ayuntamiento, a la vez que evaluará la posibilidad de nutrir a otras plataformas online del sector.

Para potenciarla, se tratarán de estructurar contenidos y mensajes para que esta plataforma pueda dirigirse de forma específica a mercados y segmentos concretos.

Actuación

7.7.

Celebración de la Tourism Innovation Summit – TIS.

Descripción

El Ayuntamiento de Sevilla, a través de Contursa-Fibes y Turismo de Sevilla, y la empresa organizadora de eventos Nebext, han firmado un acuerdo para la organización, durante los próximos 10 años, de un nuevo evento de innovación y digitalización para el sector turístico.

Tourism Innovation Summit –en sus siglas TIS–convertirá una semana al año a Sevilla en capital mundial de la innovación turística. Este proyecto pretende reunir a empresas tecnológicas y turísticas para propiciar un ecosistema de transferencia tecnológica.

Este evento se va a convertir en la plataforma turística más importante del panorama nacional donde se darán a conocer las últimas tendencias tecnológicas y soluciones más innovadoras del sector turístico internacional.

La próxima edición será del 25 a 27 noviembre de 2020.

Actuación 7.8. Dotación de un mayor número de espacios wifi en la ciudad.

Descripción

En el camino de convertirse en un Destino Turístico Inteligente, Sevilla debe trabajar sobre determinados aspectos como, por ejemplo, la dotación de espacios públicos de conexión Wi-Fi.

En esta tarea, será fundamental encontrar una empresa que se encargue de la instalación de estos puntos de acceso. El contrato de dicha instalación debe regirse por las normas nacionales de contratación.

Como tarea básica, será imprescindible analizar y seleccionar los espacios públicos al aire libre de la ciudad donde se instalarán los puntos de acceso a internet, respondiendo a criterios de accesibilidad y capacidad.

Actuación 7.9. Incorporación de los indicadores ETIS (Sistema Indicadores Turismo Europeo) para trabajar sobre ellos.

Descripción

El Sistema de Indicadores de Turismo Europeo, promovido por la Comisión Europea, tiene como objetivo principal ayudar a supervisar y medir el rendimiento turístico sostenible, mediante un enfoque común comparable. A partir de estos indicadores, se podrá definir un modelo de cuadro de mandos para el análisis de la sostenibilidad en cada uno de los ejes de trabajo.

En el marco de esta actuación se está trabajando en la incorporación de dichos indicadores al Centro de Datos (en evolución hacia Observatorio) que, en el corto-medio plazo, permitirán su visibilización y uso por el destino. De esta manera se facilitará y/o mejorará el proceso de toma de decisiones en materia de sostenibilidad. En este sentido, para la generación y funcionamiento de este Sistema de Indicadores (y de su integración en el Observatorio Turístico) se contará con la participación de los agentes sociales y económicos de la ciudad.

Actuación

7.10. Incorporación de Sevilla a INSTO Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible.

Descripción

Esta red, promovida por la OMT, tiene como objetivo principal apoyar la mejora continua de la sostenibilidad y la capacidad de recuperación del sector turístico mediante un seguimiento sistemático que permita, además, guiar las políticas y decisiones que se adopten. Engloba a aquellos destinos internacionales comprometidos con la sostenibilidad y que asumen un control y evaluación de indicadores de sostenibilidad del turismo y la puesta en marcha de acciones que favorezcan la creación de un destino sostenible.

A través de esta actuación se contratará a una consultora especializada que confeccionará un informe que determine en qué grado de implantación se encuentran los indicadores ETIS para, en una segunda fase, permitir la anexión de Sevilla a la Red INSTO.

Actuación

7.11. FIBES Sostenible. Desarrollo de un plan específico para FIBES y los eventos realizados en éste. Organización de Evento Sostenible

Descripción

Se trata de la implantación de un sistema de gestión de eventos sostenibles en FIBES, para lo cual se establecen dos líneas de actuación:

- FIBES Sostenible.- Se trabajará con FIBES un análisis previo de las necesidades e inquietudes de los agentes implicados, conociendo cuáles son las posibilidades que el recinto ofrece a los Eventos y qué opciones serán las disponibles para cumplir con los requisitos exigidos. Además, se definirá un Cuadro de Mandos, base para que los Eventos celebrados puedan ser certificados como Evento Sostenible.
- Evento Sostenible.- Sentadas las líneas de trabajo del Palacio, el Evento deberá cumplir con los requisitos establecidos, en base a un estudio previo de análisis con proveedores, coordinador y entidades participantes. El objetivo es conseguir que todas las partes cumplan

con compromisos ODS dando cabida a actuaciones que fomenten la sostenibilidad integral desde el montaje/diseño hasta su clausura.

Según el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente – PNUMA, un evento sostenible, “es aquel evento diseñado, organizado y desarrollado de manera que se minimicen los potenciales impactos negativos ambientales, y que se deje un legado beneficioso para la comunidad anfitriona y todos los involucrados”.

Esta acción finalizará con el desarrollo de una experiencia piloto, a través de la *organización de un evento sostenible*, concretamente con la organización del Congreso General del GSTC (Consejo Global de Turismo Sostenible) en FIBES.

El GSTC es una organización independiente y neutral, que representa a una membresía diversa y global, incluyendo agencias de las Naciones Unidas, ONG’s, gobiernos nacionales y provinciales, principales empresas de viajes, hoteles, operadores turísticos, particulares y comunidades – todos esforzándose por lograr las mejores prácticas en turismo sostenible. Es una organización virtual sin una oficina principal, con personal y voluntarios que trabajan en los seis continentes.

Entre otras funciones el GSTC establece y gestiona los estándares mundiales de sostenibilidad, conocidos como los Criterios GSTC, los cuales se estructuran en criterios para destinos y criterios para la industria turística.

Actuación

7.12.

Trabajar entre las distintas áreas del Ayuntamiento de Sevilla para promover actuaciones que fomenten hábitos de vida sostenibles entre los ciudadanos y los visitantes.

Descripción

Se crearán herramientas colaborativas entre áreas municipales para desarrollar acciones de comunicación y sensibilización que fomenten hábitos sostenibles en turistas y ciudadanos.

Se parte de la base de que es frecuente que, en la actualidad, áreas y empresas municipales desarrollan de manera independiente este tipo de actuaciones; no se comparten entre éstas y no se vinculan con los visitantes a la ciudad.

Una de las herramientas a utilizar será la *Plataforma web del Foro de Gobiernos Locales* que el Ayuntamiento se encuentra elaborando en la actualidad, y en la que empresas y áreas municipales podrán compartir proyectos en desarrollo e ideas de proyectos que se puedan poner en marcha para fomentar estos hábitos de sostenibilidad en turistas y ciudadanía. Esta plataforma se fundamenta en la colaboración entre ciudades, vinculando el desarrollo de proyectos a la contribución de las ciudades en alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, lo cual potenciará el fin de la presente actuación.

Actuación 7.13. **Elaboración de un Plan de compensación de emisiones de efectos invernadero derivados del turismo.**

Descripción

A través de esta actuación se elaborará un Plan que permita el cálculo de las emisiones de efecto invernadero y que determine los límites organizacionales y/u operacionales de las empresas y servicios turísticos de la ciudad, de manera que se contribuya a la compensación de emisiones.

Asimismo, se desarrollará la Campaña “Ayúdanos a plantar árboles visitando Sevilla este Otoño”. De esta manera, el Ayuntamiento asumirá el compromiso de plantar un árbol por cada 100 o 1000 visitantes, contribuyendo así a compensar las emisiones generadas durante la estancia del turista a través de la reforestación.

Actuación 7.14. **Campaña de sensibilización del sector hostelero para la correcta gestión de los excedentes alimentarios**

Descripción

De cara a reducir el volumen de desperdicios provenientes de los excedentes alimentarios del sector hostelero, se pone en marcha esta campaña de sensibilización, cuyo cometido es visibilizar el problema y mejorar la responsabilidad social y medioambiental.

Para el desarrollo de dicha campaña se realizará un estudio que permita conocer la cantidad, el lugar y el motivo de los desperdicios alimentarios

derivados del sector hostelero. De esta manera, una vez conocidos estos aspectos, se podrá desarrollar una guía de buenas prácticas y poner en marcha acciones de sensibilización dirigidas al sector para una correcta gestión de los excedentes alimentarios.

Actuación **7.15.** Deporte y Sostenibilidad. Integración en infraestructuras y eventos de la sostenibilidad medioambiental.

Descripción

En colaboración con el Instituto Municipal de Deportes (IMD), se plantea la creación de un protocolo de actuación específico para el desarrollo de eventos deportivos “sostenibles” en la ciudad.

Este protocolo incorporará, por tanto, criterios de sostenibilidad medioambiental a aplicar tanto en los eventos como en las infraestructuras, que permitirán reducir el impacto medioambiental de la celebración de dichos eventos en el destino. Dicho protocolo será compartido y consensuado con el IMD, de manera que se convierta en un procedimiento de aplicación permanente.

Línea 8: Actuaciones Complementarias
de choque



3.8

Línea 8: Actuaciones complementarias de choque

Complementariamente a todas estas actuaciones consensuadas en el proceso de elaboración del Plan 8 Sevilla, hay que añadir las distintas medidas que se están implantando por parte de distintos organismos públicos que, como no podía ser de otro modo, suman valor y se complementan con el resto de las acciones del Plan 8.

Desde el contexto local hasta el nacional, son numerosas las medidas de las que este Plan puede nutrirse y/o beneficiarse de cara a trabajar en la reactivación turística del destino.

ACTUACIONES DE REACTIVACIÓN DEL AYUNTAMIENTO MEDIANTE OTRAS VÍAS

De forma complementaria al Plan 8, el Ayuntamiento de Sevilla ha puesto en marcha una serie de medidas enfocadas a paliar el impacto derivado de la crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19.

De manera específica, desde la Dirección General de Economía y Comercio se ha publicado la **convocatoria extraordinaria de ayudas a microempresas sevillanas** que hayan tenido que cerrar sus establecimientos tras la entrada en vigor del estado de alarma. Estas ayudas se dividen en dos tipos. Por un lado, la línea de ayudas destinadas a la cobertura de gastos fijos soportados y, por otro lado, las líneas de ayudas a la inversión para el mantenimiento, innovación, modernización y/o transformación digital de las microempresas.



Asimismo, se ha elaborado la **Ordenanza reguladora de la concesión y utilización del distintivo de “Establecimientos Emblemáticos de la Ciudad de Sevilla”**, cuya vigencia será ilimitada, siempre que se mantengan los requisitos que justifiquen la concesión del distintivo. El objetivo es que tanto el del Área de Economía y Comercio, Relaciones con la Comunidad Universitaria y Área Metropolitana, otorgante del distintivo, como el resto de las áreas municipales, puedan adoptar medidas de apoyo encaminadas a la conservación y promoción de este tipo de establecimientos.

ACCIONES DE APOYO DE PRODETUR – DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE SEVILLA

PRODETUR ha programado y desarrollado dos líneas de trabajo para el apoyo empresarial. Por un lado, medidas fiscales, dentro del marco normativo legislativo tributario, concretamente el **aplazamiento de tributos**.

Y, por otro lado, un **plan de apoyo a los autónomos** trabajado conjuntamente con la Confederación de Empresarios de Sevilla y los secretarios provinciales de UGT y CC.OO.

En este sentido, se ha establecido una línea de subvención para autónomos de dos millones de euros para compensar los gastos en los que este colectivo haya tenido que incurrir durante este periodo de crisis sanitaria. Debido al gran número de autónomos de la provincia, se han seleccionado a aquellos de los municipios con menor impacto del virus, pero con menores ventajas a la hora de volver a la nueva normalidad por motivos censales y/o económicos del propio municipio.

Paralelamente a ello, de la mano de los productores locales, se ha realizado una **campaña de compra online de productos locales de la marca Sabores de la Provincia de Sevilla**. Asimismo, se ha iniciado una **campaña de promoción conjunta de todos los establecimientos hoteleros de la provincia de Sevilla**.

Todas estas acciones se dirigen, en un principio, al mercado nacional para progresivamente ir incorporando al mercado internacional.

PLAN DE CHOQUE EN MATERIA DE TURISMO EN ANDALUCÍA

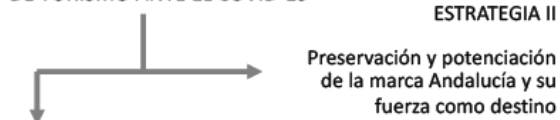
Por su parte, la Junta de Andalucía ha puesto en marcha este plan cuyo objetivo es paliar los efectos negativos de la crisis generada por el Covid-19 y el estado de alarma, que ha supuesto la paralización del sector. El plan contempla dos estrategias diferenciadas. Una primera dirigida al **mantenimiento, rehabilitación y reactivación del sector** que incluye incentivos fiscales y para la contratación, y planes de financiación y liquidez para empresas. Además, incorpora, entre otras medidas, el apoyo a través de avales públicos, aplazamiento de impuestos, una línea específica para hoteles refugio, o el compromiso de no crear tasas turísticas. Se prevé que tenga un impacto directo en el sector de 244 millones de euros y una repercusión global estimada en la economía andaluza de 747 millones de euros.

Y una segunda línea enfocada a la **preservación y potenciación de la marca Andalucía y su fuerza como destino**, donde se contempla la reactivación del turismo de proximidad, tanto andaluz como del resto de España (con una inversión de 3 millones en promoción y comunicación), campañas en medios de comunicación y redes sociales (4,4 millones de euros), participación en eventos turísticos internacionales (1,4 millones) y refuerzo de alianzas con turoperadores y compañías aéreas.



PLAN DE CHOQUE

DE TURISMO ANTE EL COVID-19



ESTRATEGIA I

Mantenimiento, rehabilitación y reactivación del sector

1. INCENTIVOS A LA CONTRATACIÓN
2. PLANES DE FINANCIACIÓN Y LIQUIDEZ PARA LAS EMPRESAS
3. INCENTIVOS FISCALES

ESTRATEGIA II

Preservación y potenciación de la marca Andalucía y su fuerza como destino

4. REACTIVACIÓN TURISMO DE PROXIMIDAD: ANDALUCÍA Y NACIONAL

5. CAMPAÑAS EN MMCC

6. EVENTOS INTERNACIONALES

7. REFUERZO DE ALIANZAS

8. PATROCINIOS

9. TARJETA CULTURAL

10. FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN

11. AGILIZACIÓN PTGC + MMTT

12. DECRETO CLASIFIC. HOTELERA

13. RENEGOCIACIÓN ACUERDOS PPTT

Una de las iniciativas a desarrollar es la *creación de un protocolo de protección de los establecimientos turísticos contra el coronavirus*, a partir de la guía para hoteles medicalizados desarrollada por la Dirección General de Salud Pública y Ordenación Farmacéutica.

En cuanto a los patrocinios, se van a retomar los que aún se encuentran activos (por valor de 1,4 millones de euros) y se prevé reasignar los pospuestos en un programa de transformación digital de pymes turísticas, si éstos no llegan a celebrarse. También se incluirá el desarrollo de productos como la *Tarjeta Cultural*, para apoyar la fidelización del viajero. Además, se está trabajando en el *diseño de una plataforma para la celebración de eventos, ferias y workshops de manera virtual* y evitar la cancelación total de eventos.

Por otro lado, prevé poner en marcha *planes de formación e investigación*, que ya se imparten desde Andalucía Lab, y nuevas propuestas como los *Foros de Intercambio de Conocimiento* basados en las especializaciones de las Cátedras de Turismo que promueve la Consejería. Dichos foros se realizarán en las ocho provincias con la asistencia de las Cámaras de Comercio.

En el ámbito legislativo, *se agilizarán las iniciativas vinculadas a los Planes de Grandes Ciudades* o las Declaraciones de Municipio Turístico o la aprobación del nuevo decreto de clasificación hotelera. Asimismo, se ponen sobre la mesa otras medidas adicionales como solicitar al Estado la creación de los bonos vacacionales. En caso de que el Gobierno no asumiera esta iniciativa, se estudiará la posibilidad de asumirlo por parte del gobierno regional.

Las diferentes líneas de acción del Plan de Choque de Andalucía incidirán directamente en las diferentes líneas de trabajo del Plan8, por tratar aspectos vinculados con la oferta del destino, el segmento MICE, la conectividad, la promoción nacional e internacional, la comunicación y el marketing digital y la innovación y sostenibilidad del destino.

Es necesario destacar que recientemente la Junta de Andalucía ***ha iniciado el proceso de formulación del nuevo Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía META 2027.***

PROGRAMA ESTATAL DE IMPULSO TURÍSTICO

Desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Turismo se ha puesto en marcha un Plan de Choque para estimular la recuperación del sector turístico que se sustenta en cuatro pilares.

1. Garantizar la seguridad sanitaria

Para ello, se ha realizado una definición de hasta 21 subsectores o ámbitos sobre los que se definirán una serie de medidas y/o recomendaciones de la OMS y del Ministerio de Sanidad.

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), conjuntamente con las diferentes asociaciones profesionales, sindicatos, etc., han elaborado una serie de *guías de buenas prácticas en materia de higiene y seguridad para la adaptación de establecimientos*, de modo que sirvan como herramienta de ayuda para que las empresas y/o centros de trabajo del sector turístico se preparen frente a la situación producida por el Covid-19, asegurando la actividad y, a la vez, protegiendo la salud tanto del personal como de los turistas. Se han aprobado 12 por el momento y el resto está en proceso de elaboración (mayo, 2020). Al mismo tiempo, los trabajadores deben contar con formación en este aspecto y para ello se han establecido acuerdos con FUNDAE y SEPE para diseñar cursos rápidos urgentes que permitan trasladar esas medidas a los trabajadores.

2. **Medidas económicas, fiscales, tributarias y financieras para permitir a las empresas tener una actividad mucho más liviana en cuanto a sus costes y favorecer la financiación para continuar con su actividad.** Algunas de éstas son la moratoria en el pago de impuestos y/o contribuciones, aprovechamiento del superávit de 2019 para garantizar la continuidad de las empresas o rebajas en impuestos como el de Actividades Económicas, reducir las tasas turísticas de algunos destinos, establecer un cupo fijo para el sector turístico, etc. También desde el Ministerio se está trabajando en la gestión de avales de préstamos ICO y en el diseño de un fondo para fortalecer la competitividad turística de unos 500 millones de euros. Por parte de la Secretaría de Estado de Turismo se están intentando favorecer las negociaciones hipotecarias de los activos hoteleros, extender los ERTES turísticos más allá del 30 de junio o introducir bonificaciones a la Seguridad Social.
3. **Disponer de fuentes informativas más operativas y actuales que permitan el diseño de políticas turísticas más efectivas.**
4. **Promoción nacional del destino, teniendo preparada una campaña de promoción internacional cuando sea el momento adecuado.**

De forma complementaria, la Secretaria de Estado de Turismo, en colaboración con SEGITTUR, ha puesto en marcha un Plan de choque en formación turística dentro del Programa *Anfitriones Turismo* que cuenta con un conjunto de acciones formativas

cuyo objetivo es que los profesionales del sector turístico estén mejor preparados para afrontar la salida de la crisis actual.

Por parte del ICTE se ha creado un sello turístico “Safe Tourism Certified” como marca de garantía para generar confianza de cara al turista y a los operadores turísticos. Este sello certifica la implantación del Sistema de Prevención de Riesgos para la Salud frente a la Covid-19. Abarca 21 subsectores donde empresas, organizaciones y recursos turísticos podrán optar voluntariamente a incorporarlo después de superar una auditoría.



Las empresas auditoras que trabajan con el Sistema de Calidad Turística Española, representado por la Marca “Q” , son las únicas reconocidas para realizar la auditoría. Esta medida ha situado a España como pionera y líder mundial en materia de normalización y certificación en el ámbito turístico. El primer hotel de España en pasar la auditoría para conseguir el certificado "Safe Tourism Certified" y su correspondiente sello, otorgados por la Secretaría de Estado de Turismo y el Instituto para la Calidad Turística Española, se encuentra en Sevilla.



4.

*Actuaciones de ejecución
inmediata*

4.

Actuaciones de ejecución inmediata

La ejecución del Plan 8 Sevilla se llevará a cabo durante los próximos meses de forma que sus resultados, aunque perduren en el tiempo, incidan de manera directa y rápida en la reactivación del sector.

En este sentido, de las 95 actuaciones incluidas en el Plan se han definido 33 que se ejecutarán de manera inmediata, en las próximas semanas. Incluso, tal como se ha recogido en la ficha de cada actuación, algunas ya han comenzado a implementarse para no demorar su efecto en el sector.

A continuación, se indican estas actuaciones de ejecución inmediata:

Actuaciones de ejecución inmediata

- | | |
|------|--|
| 1.1 | Programación/reprogramación de agenda cultural, deportiva y de otros eventos asumiendo criterios de seguridad. |
| 1.2 | Fortalecimiento de la Oficina de Apoyo al Sector Turístico (OAST). |
| 1.8 | Desarrollo de rutas turísticas-culturales adaptadas a las condiciones de movilidad y accesibilidad que existan en cada momento a los principales recursos. |
| 1.14 | Plan de choque para la mejora de las condiciones de seguridad de infraestructuras y servicios de movilidad. |
| 1.15 | Acciones de protección y de mejora de la seguridad del paisaje urbano y servicios públicos generales. |
| 1.17 | Desarrollo del proyecto “Sevillano Turista”. |

1.20	Programa un verano cultural al aire libre en Fibes.
1.22	Implementación del "Sello de Seguridad Global" del Destino Sevilla.
1.23	Creación y puesta en marcha de un producto de turismo sanitario, en colaboración Agencias de Viajes, dirigido al sector sanitario y de seguridad.
2.1	Desarrollo de un Plan de comunicación específico del segmento MICE
2.2	Organizar un primer evento híbrido (presencial y digital) que sirva para fortalecer el segmento MICE en la ciudad.
2.4	Reprogramación congresual y ferial de FIBES y del resto venues a partir del mes de septiembre.
2.11	Crear el Foro MICE del destino.
3.1	Activación del "Comité de Conectividad Aérea de Sevilla".
3.3	Acuerdos y alianzas con las principales aerolíneas.
3.9	Establecimiento de acuerdos con los parkings públicos de la ciudad.
4.2	Alianzas comerciales (Promoción Nacional). Programa de presentación del destino a grupos de gestión, empresas e instituciones de interés y agentes del sector, y desarrollo de acciones de promoción conjunta.
4.4	Desarrollo de acciones de promoción recíprocas con ciudades gracias a alianzas bilaterales.
4.5	Desarrollo de acciones de promoción y de apoyo a la comercialización del destino en el marco de la Red de Ciudades AVE.
4.8	Programa de promoción nacional dirigido al turismo familiar.
5.1	Estudio de los mercados internacionales, priorización de estrategias y segmentos en función del análisis y evolución de éstos, y desarrollo de planes de contingencia del destino.
5.2	Participación en webinars y foros virtuales que organizan las asociaciones turísticas internacionales a las que pertenece el destino Sevilla.
5.3	Presentaciones online del destino dirigidas a los agentes de viaje y turoperadores más relevantes de cada mercado (promoción internacional).
6.1	Creación, diseño, posicionamiento y desarrollo de la Marca Turística del Destino como instrumento de promoción de la Ciudad.
6.2	Campaña especial de lanzamiento para reactivación del Destino
6.3	Campañas en coordinación y colaboración con otras organizaciones (redes, compañías de transporte, prescriptores, etc.)
6.7	Desarrollo de actuaciones con las universidades de la ciudad para incentivar la participación de los estudiantes en la creación de proyectos innovadores de comunicación y promoción del destino y para la participación de profesores en la promoción del destino
6.9	Creación de un Foro permanente de Comunicación integrando al sector y a los medios de comunicación para el consenso del mensaje a transmitir de la ciudad.

6.16	Mupis para la difusión de las rutas turísticas existentes de Sevilla a través de la utilización de códigos QR
7.1	Realización de un Diagnóstico inicial para caracterizar el destino y determinar la situación de partida hacia un Destino turístico inteligente.
7.4	Evolución del Centro de Datos hacia un Observatorio Turístico Inteligente
7.5	Generación de una Mesa de Trabajo permanente sobre el Destino Turístico Inteligente de Sevilla, que le dé continuidad a la mesa de expertos organizada en el marco del Plan8.
7.10	Incorporación de Sevilla a INSTO Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible.



5 .

Marco presupuestario

5.

Marco presupuestario

El presupuesto estimado para la ejecución de las actuaciones del Plan 8 Sevilla asciende a **4.850.000 €**.

Este presupuesto se articula en torno a las anualidades de 2020 y 2021:

Año 2020	1.450.000 €	Fondos propios del Ayuntamiento
Año 2021	1.400.000 €	Financiación Plan Turístico de Grandes Ciudades
	2.000.000 €	Fondos propios del Ayuntamiento





PLAN 8. IMPACTO TURISMO

SEVILLA