

miércoles, 08 de mayo de 2024

La Diputación lleva a Madrid, junto a cerca de 40 empresas sevillanas del sector, la oferta turística de la provincia

Se trata de una nueva misión comercial dentro del Plan de Acción de Promoción Turística que desarrolla Prodetur junto a las asociaciones empresariales del sector



Foto de familia de la delegación turística empresarial sevillana junto al vicepresidente de Prodetur, Rodrigo Rodríguez Hans

El vicepresidente de Prodetur, Rodrigo Rodríguez Hans, junto al gerente del Sevilla Congress and Convention Bureau (SCCB), Manuel Macías, el vicepresidente de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, Jorge Castilla, el presidente de la Plataforma de Turismo Activo, Manuel Álvarez-Ossorio, y Javier Rubio, de la Junta Directiva de ASET, acompañando a un total de 37 empresas turísticas de la provincia, formaban la delegación que se desplazó en la jornada de ayer martes, a Madrid, para participar en un workshop profesional junto a otras tantas empresas madrileñas del sector.

“Empresarios y empresarias comprometidos, junto a nosotros, por la sostenibilidad de la actividad turística al tiempo que se esfuerzan por innovar para ofrecer experiencias únicas a los visitantes”,

ha resaltado Rodríguez Hans.

Con esta actuación, promovida por Prodetur-Turismo de la Provincia, se buscaba facilitar el contacto entre estas empresas sevillanas y las agencias de viajes locales a través de una jornada de *workshop* -un formato de encuentro profesional que promueve el intercambio comercial- tras la cual tuvo lugar la presentación institucional del destino, así como un coctel de “Sabores de la Provincia de Sevilla”.

En un acto previo a este encuentro profesional, el vicepresidente de Prodetur participó en una presentación del destino ‘Provincia de Sevilla’ ante un amplio grupo de periodistas especializados y decisores turísticos de la



Comunidad de Madrid, “un mercado prioritario, porque los madrileños y madrileñas se encuentran entre nuestros principales visitantes. Concretamente, esta región es el segundo mercado nacional emisor de visitantes a la provincia de Sevilla, tan solo por detrás de la propia Andalucía, por tanto, un mercado estratégico para nuestro destino”.

Este Plan de Acción de Promoción Turística del ‘Destino Sevilla’ para 2024, que se acordó en la Comisión de Turismo de la CES con el tejido empresarial turístico de la provincia, contempla un total de 17 actuaciones en sendos destinos nacionales e internacionales.

Por lo que se refiere al mercado nacional, el plan promocional incluye actuaciones en 5 destinos de tres comunidades autónomas: Andalucía (primer mercado nacional en pernoctaciones en la provincia de Sevilla, con el 41% del total); Madrid (segundo mercado nacional en pernoctaciones, con el 19,49 %; y Cataluña (tercer mercado, y el 8,54 % de las pernoctaciones de los residentes en España).

En este contexto, las ciudades españolas en las que Prodetur, junto al sector empresarial, plantea misiones comerciales y presentaciones del destino este año son la capital malagueña, Córdoba, Granada, Madrid y Barcelona.

En lo que respecta al mercado internacional, el programa prevé la promoción en 9 destinos de países como Francia (primer mercado en cuanto a pernoctaciones en la provincia, con una cuota del 13,13 %), Alemania, y Austria, Marruecos y Estados Unidos.

Así, las ciudades en el extranjero cuya visita se valora en este Plan de Acción Turística 2024 de la provincia de Sevilla son: Toulouse, Nantes, París; Múnich, Viena, Tánger; Casablanca, Rabat y Miami.