

jueves, 20 de octubre de 2022

Más de un centenar de empresas sevillanas participan en los encuentros profesionales y comerciales de la II Semana de Sevilla en Madrid

Ayer, se celebró un encuentro profesional turístico con decisores del destino y una misión comercial turística, y hoy, jueves, un networking multisectorial



Empresas turísticas y representantes institucionales participantes en la misión comercial o workshop en Madrid

La diputada de Presidencia, Concertación y Hacienda, Trinidad Argota, participó, en la tarde de ayer, en la misión comercial turística o workshop celebrado en el marco de la II Semana de Sevilla en Madrid, organizada por la Diputación de Sevilla, a través de Prodetur, conjuntamente con 14 asociaciones empresariales de la provincia de Sevilla. Este encuentro comercial se integra, además, en el Plan Promocional 2022 en materia de promoción turística elaborado por la sociedad provincial, en colaboración con el tejido asociativo sevillano, la Consejería de Turismo, a través de su empresa pública Turismo Andaluz, y el Ayuntamiento de Sevilla. En la bienvenida a los participantes, Argota ha estado acompañada por la delegada territorial de Turismo, Cultura y Deporte, Minerva Salas, y el director de Planificación

Turística de Contursa, Javier Torres. También han participado los presidentes de la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, Manuel Cornax; la Asociación de Hostelería de Sevilla y Provincia, Antonio Luque; la Asociación Sevillana de Empresas Turísticas (ASET), Jorge Robles; la Plataforma de Empresas de Turismo Activo, Manuel Álvarez-Ossorio; la Asociación de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE), José Manuel Lastra; y el presidente de la Asociación de Productores de Vinos y Licores de la Provincia de Sevilla, Rafael Salado.

En esta misión comercial o workshop han participado más de una treintena de empresas turísticas sevillanas, junto a cerca de un centenar de agencias de viajes con sede en la comunidad madrileña. Tras la celebración de esta sesión, tuvo lugar una presentación del destino por parte de las organizaciones institucionales sevillanas participantes, además de una degustación de productos ‘Sabores de la Provincia de Sevilla’.

Para Trinidad Argota “son precisamente ellos, los empresarios y empresarias de nuestra tierra, quienes trabajan duro, día a día, para que Sevilla y su provincia sigan entre los primeros destinos soñados del mundo. Y nosotros, las administraciones, con ellos y ellas, porque somos conscientes de que solo con la mutua colaboración y trabajo conjunto podemos seguir impulsando el destino turístico sevillano en el mercado nacional e internacional”.

Previamente, por la mañana, tuvo lugar otro encuentro profesional, en formato almuerzo, en este caso, con turoperadores y decisores del destino, además de prensa especializada. En total, cerca de 30 personas, entre representantes de entidades de la industria turística y periodistas con sede en Madrid.

Con el 19 % del total, la Comunidad de Madrid es el segundo mercado nacional emisor de visitas a la provincia de Sevilla, después de la propia Andalucía (41,14 %), y seguido a mucha distancia por Cataluña (9 %).

Networking de Jóvenes Empresarios, hoy, en la II Semana de Sevilla en Madrid

Como novedad con respecto a la primera edición de esta Semana promocional de la provincia en Madrid , hoy, jueves 20, se celebra un encuentro de negocios (networking) multisectorial al objeto de fomentar la relación comercial entre ambos territorios. La cita, con la que se pretende “aprovechar” la coyuntura que la capital española ofrece para la ampliación de la red de contactos comerciales, cuenta con la colaboración de las asociaciones de Jóvenes Empresarios de Sevilla (AJE-Sevilla) y Madrid (AJE Madrid). Para este encuentro, hay inscritas cerca de un centenar de empresas.

Con la II Semana de Sevilla en Madrid, que se prolongará hasta mañana, viernes, 21 de octubre, Prodetur y el tejido asociativo empresarial sevillano pretenden promocionar la provincia como destino turístico y comercial a través del reconocimiento y puesta en valor de los productos agroalimentarios y gastronómicos locales.