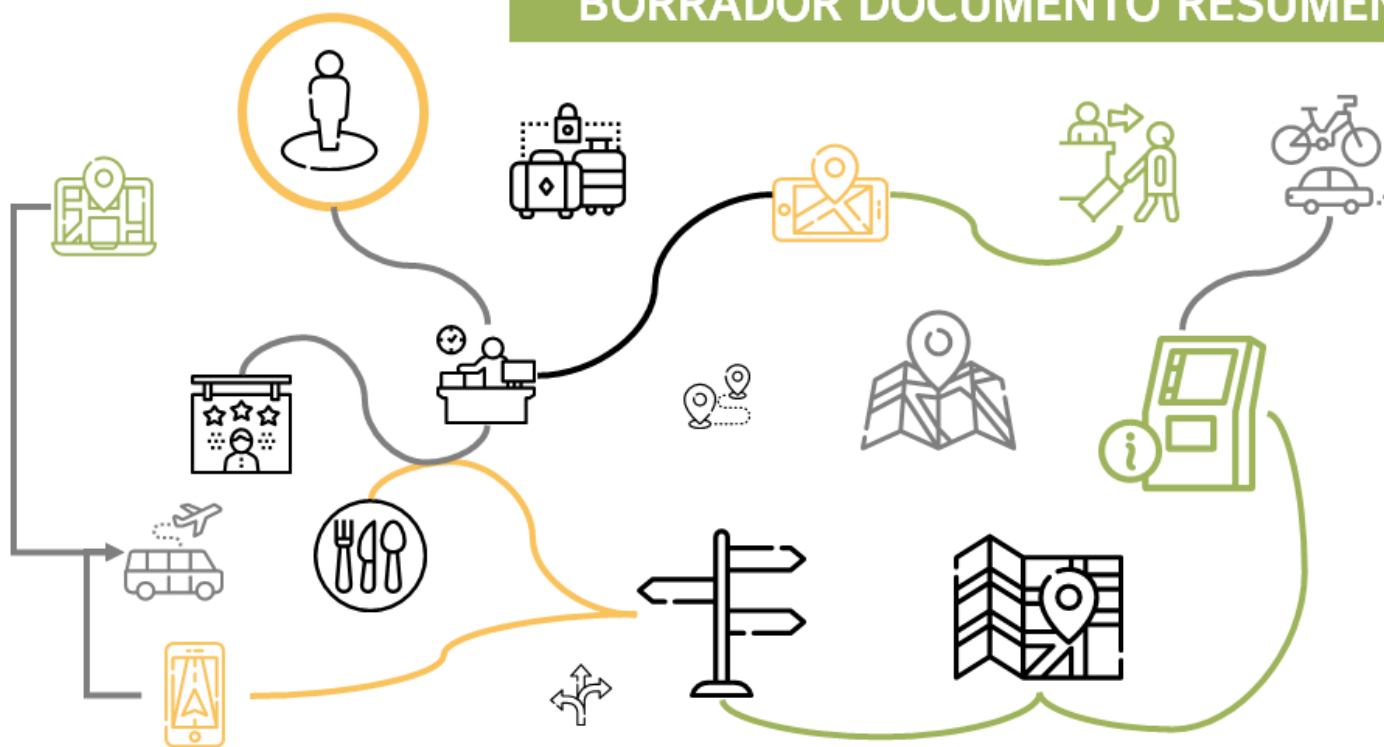


Planificación Estratégica de Turismo de la Comarca del Aljarafe

BORRADOR DOCUMENTO RESUMEN



ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Marco estratégico.....	5
3. Plan de Acción.....	8

BORRADOR

1. Introducción

La comarca del Aljarafe se ubica en el área metropolitana de Sevilla, próxima a la capital hispalense, uno de los destinos turísticos de interior más importantes de España. Esta ubicación estratégica, unida, por un lado, a los diversos y singulares recursos turísticos culturales, gastronómicos y naturales y, por otro lado, a la importante red de entidades públicas y privados existentes que atienden y/o dan servicio a sus ciudadanos y a los del área metropolitana, dotan a esta comarca de potencialidades para un mayor y mejor desarrollo y posicionamiento turístico.

En este contexto, la Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe ha decidido iniciar el camino de un plan turístico, el “**Plan Estratégico de Turismo de la comarca del Aljarafe**”, con el objetivo de definir la hoja de ruta que guíe a la comarca y, consecuentemente, a la propia Mancomunidad, en los pasos a dar en los próximos años para poner en valor al Aljarafe como referente turístico.

De esta forma, se ha diseñado una herramienta de planificación que facilitará el desarrollo turístico de la comarca y que se caracteriza por:

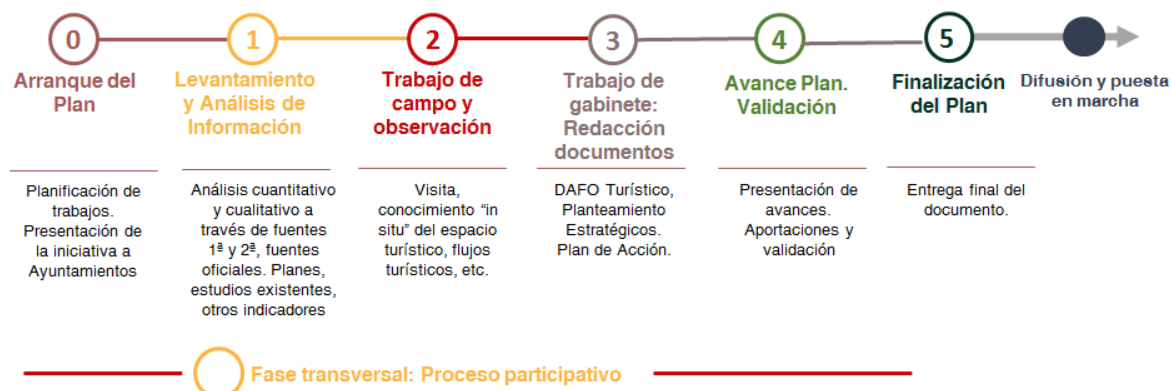
- *Definir un producto turístico de base comarcal*, basado en los elementos que proporcionan singularidad y excepcionalidad al destino
- *Integrar / alinearse con los planes y proyectos* con incidencia turística que las distintas administraciones estén desarrollando o tengan previsto realizar
- *Propiciar el fomento de la iniciativa privada* (formación, networking, club de producto,...)
- *Facilitar el trabajo en red de los municipios* de la comarca para el desarrollo turístico
- *Definir la hoja de ruta de la Mancomunidad* para el impulso y fomento del turismo en la comarca durante los próximos años
- *Articular un producto/una oferta que facilite la promoción y el apoyo a la comercialización realizado por Prodetur*

Para la confección del Plan se ha utilizado una **metodología** convencional en el que además de las técnicas propias de procesos de planificación estratégica se han usado herramientas de participación ciudadana, sistemas de información geográfico, etc.

En este sentido, han sido cinco las fases de trabajo llevadas a cabo, las cuales se muestran en la siguiente ilustración:

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE TURISMO DE LA COMARCA DEL ALJARAFE

BORRADOR DOCUMENTO RESUMEN



El presente documento recoge un resumen del documento borrador de Plan Estratégico Turístico de la comarca del Aljarafe, en el que se destaca la definición de los ejes estratégicos y del plan de actuaciones determinados para su desarrollo durante los últimos años. Este informe se elabora con el objetivo de fomentar la participación de los Ayuntamientos de la Mancomunidad a través de la realización de observaciones y sugerencias que mejoren lo definido en este documento de avance del Plan.

2. Marco estratégico

El análisis-diagnóstico de la comarca del Aljarafe fundamenta la elaboración de una visión estratégica de la comarca que en una aproximación sintética se expresa en el siguiente párrafo:

El territorio de la comarca del Aljarafe dispone de **amplios y variados recursos**, con oportunidad real de convertirse en productos turísticos atractivos y competitivos asociados al **sistema turístico de la ciudad de Sevilla**. Sólo un **impulso conjunto y organizado de todos los actores interesados** puede llegar a multiplicar la eficacia de lo realizado hasta ahora, y producir avances significativos en el desarrollo del **Aljarafe como espacio turístico**.

Una de las principales ventajas competitivas de la comarca para su desarrollo turístico es, por tanto, su proximidad con un destino turístico urbano capaz de atraer a más de 3 millones de visitantes, como es la ciudad de Sevilla, que en buena parte responde a un perfil de turista con motivaciones adecuado a lo que ofrecería la comarca del Aljarafe.

Pero a ello hay que unir una segunda demanda diana objetiva: la población metropolitana. Independientemente de aspectos epistemológicos o académicos en cuanto a la consideración de verdadero “turismo” cuando no realiza pernoctaciones, lo cierto es que el área metropolitana de Sevilla cuenta con más de 1,53 millones de habitantes y que se convierten en un foco de gran interés para atraer visitantes hacia el Aljarafe. De este modo, la **demanda del producto turístico** se dirige hacia los siguientes targets:

Turistas de la ciudad de Sevilla

Visitantes del área metropolitana y del resto de la provincia

Turistas nacionales e internacionales

Turismo cultural - Turismo activo - Turismo de naturaleza

El planteamiento general con el que se acometerá la planificación estratégica de la comarca del Aljarafe combina dos dimensiones fundamentales: el conocimiento y valoración del punto de partida en el que nos encontramos, y el modelo de futuro por el que se quiere optar. Como consecuencia de lo cual, se identifican los siguientes ejes u orientaciones estratégicas:

1. CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNANZA DEL TURISMO EN EL ALJARAFE

La importancia de la gobernanza es de tal calado, que muchas veces las diferencias entre comunidades derivan de su capacidad de avanzar en la gobernanza y, concretamente, de la capacidad de las instituciones representativas de disponer de un proyecto de futuro compartido y en las complicidades que genere este proyecto en el conjunto de la ciudadanía.

El desarrollo turístico del Aljarafe se basará, por tanto, en un proceso de confluencia, debate y pacto que sea capaz de generar compromisos explícitos y tareas distribuidas para llevar a cabo los objetivos acordados. El tejido administrativo e institucional debe de articularse y organizarse para generar sinergias y complementariedades, para asumir las lecciones aprendidas y para sumar energía y creatividad en la búsqueda de nuevas soluciones. Los agentes económicos y sociales y la sociedad civil serán también parte fundamental del proceso de gobernanza por el turismo en el Aljarafe.

2. PROMOCIÓN DE UNA MARCA TURÍSTICA ALJARAFE

Sobre la base de la identidad definida de la comarca, se desarrollará una marca turística del Aljarafe que contenga y transmita los valores de calidad, cultura, naturaleza y paisaje en lo que pretenden fundamentarse la competitividad turística del territorio.

La marca turística Aljarafe deberá ser omnicomprensiva de todos los productos y espacios turísticos, y ser utilizada como herramienta por parte de todos los agentes interesados en la promoción turística del Aljarafe para producir un efecto paraguas que ayude a transmitir y comercializar tanto las actividades y productos más consolidados como los emergentes.

3. MEJORA DE LOS ESPACIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS OFERTADOS

Principalmente por parte de los poderes públicos se desarrollarán acciones de mejora y de desarrollo de equipamientos e infraestructuras que mejoren la visitabilidad turística del Aljarafe, tanto en materia de accesibilidad, señalización, ordenación y puesta en valor de los recursos patrimoniales, y de gestión sostenible de los recursos naturales.

El territorio del Aljarafe como espacio turístico debe de facilitar al máximo la experiencia turística de la estancia, la capacidad de vivir la autenticidad, y al mismo tiempo el acceso a una oferta de calidad basada en los valores que definirán la marca Aljarafe.

4. DINAMIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO LOCAL

El auto reconocimiento del tejido empresarial actual o potencial del sector turístico es el primer paso para la creación de un clúster turístico en el Aljarafe capaz de liderar el desarrollo turístico del territorio. La estrategia de turismo del Aljarafe se fundamentará en la capacidad de emprendimiento privada. Para ello el sector público brindará el apoyo necesario, en sus diversas formas, pero no reemplazará ni sustituirá a los que deben de ser los agentes económicos naturales en el desempeño de cualquier actividad económica.

Por su parte se realizarán acciones para organizar el tejido empresarial, y generar sinergias internas y movilizar la capacidad de creación de riqueza de la sociedad civil en sus diferentes modalidades empresariales.

5. INCORPORACIÓN AL SISTEMA TURÍSTICO DE SEVILLA CIUDAD

En el contexto del proceso de gobernanza del Aljarafe, se desarrollarán acciones destinadas a generar acuerdos, establecer alianzas estratégicas y gestionar complementariedades, de manera que el producto turístico Aljarafe pase a integrarse en el sistema turístico de la ciudad como una oferta complementaria y enriquecedora del propio destino.

BORRADOR

3. Plan de Acción

EJE ESTRATÉGICO 1. CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNANZA DEL TURISMO EN EL ALJARAFE

- 1.1. *Puesta en marcha del Pacto por el Turismo del Aljarafe*
- 1.2. *Diseño e implementación de un Sistema de Información Turística compartido*
- 1.3. *Desarrollo de una Plataforma de intercambio de conocimientos y experiencias*
- 1.4. *Funcionamiento de la Oficina de Gestión del Plan Estratégico de Turismo del Aljarafe*

EJE ESTRATÉGICO 2. PROMOCIÓN DE UNA MARCA TURÍSTICA ALJARAFE

- 2.1. *Desarrollo de la Marca Turística Aljarafe*
- 2.2. *Desarrollo de una estrategia compartida de promoción con PRODETUR*
- 2.3. *Definición e implementación de protocolos de criterios promocionales y comercializadores para agentes turísticos*
- 2.4. *Adaptación de la web y de los soportes promocionales turísticos de la comarca a la nueva marca*
- 2.5. *Creación de un Calendario de Eventos Turísticos existentes (culturales, deportivos, náuticos, ambientales...) de la comarca*

EJE ESTRATÉGICO 3. MEJORA DE LOS ESPACIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS OFERTADOS

- 3.1. *Programa para la dotación y mejora de equipamientos e infraestructuras públicas para el uso turístico*
- 3.2. *Elaboración de un Estudio de situación de los recursos patrimoniales*
- 3.3. *Diseño e implementación de un Plan de Señalización Turística de la comarca*
- 3.4. *Desarrollo y gestión en Red de las Oficinas y Puntos de Información Turísticos de los municipios de la comarca*
- 3.5. *Creación del Centro de Interpretación de la Comarca del Aljarafe*
- 3.6. *Celebración de un encuentro networking y de fomento de la gastronomía del Aljarafe*
- 3.7. *Potenciación del producto MICE de la comarca del Aljarafe*

EJE ESTRATÉGICO 4. DINAMIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO LOCAL

- 4.1. *Diseño y puesta en marcha de un Club de Producto Turístico del Aljarafe*
- 4.2. *Puesta en marcha de un Plan de formación para profesionales y emprendedores turísticos*
- 4.3. *Desarrollo de un Programa de apoyo a la comercialización turística de agentes turísticos de la comarca*

**EJE ESTRATÉGICO 5. INCORPORACIÓN AL SISTEMA TURÍSTICO DE SEVILLA
CIUDAD**

- 5.1. Desarrollo de acuerdos con la administración y el sector turístico de Sevilla ciudad*
- 5.2. Programas de consumo de experiencias y actividades dirigido a la población y prescriptores de Sevilla y del resto del área metropolitana*
- 5.3. Diseño e implementación de un Plan de Información y Difusión de las comunicaciones y la accesibilidad a la oferta turística del Aljarafe desde Sevilla*

BORRADOR

1. CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNANZA DEL TURISMO EN EL ALJARAFE

1.1. Puesta en marcha del Pacto por el Turismo del Aljarafe

Eje Estratégico
1

Descripción

El presente plan parte de la necesidad de situar la estrategia compartida como marco de referencia de la política sectorial turística en el territorio del Aljarafe.

Esta acción de cooperación se desarrollará mediante un proceso de gobernanza que articule a los actores o agentes con la capacidad efectiva de acción e incidencia en el turismo en el Aljarafe. El Pacto por el Turismo se presenta como un espacio de deliberación e intermediación entre los diferentes intereses.

En este marco se formularán las expectativas y estrategias de todos ellos y, a partir de ellas, se tomarán las decisiones colectivas precisas y se resolverán sus conflictos con relación a los criterios de actuación clave y los proyectos estructurantes para poder establecer la estrategia turística compartida. Ésta contendrá las ideas-fuerza, los criterios de actuación que deben contemplarse en las estrategias de los diferentes municipios y administraciones supramunicipales con competencias y responsabilidades en materia turística en el territorio.

1.2. Diseño e implementación de un Sistema de Información Turística compartido

Eje Estratégico
1

Descripción

Para una gestión eficiente del turismo en el Aljarafe, tanto los agentes públicos y privados precisan disponer de información turística es un elemento fundamental. A partir de esta información, se deberá ser capaces de convertir los datos en conocimiento, y servir para la toma de decisiones.

Se establecerán los medios técnicos necesarios para la creación de una plataforma tecnológica de información turística compartida, que recoja y sistematice toda la información promocional contemporánea existente y la ponga a disposición de los diferentes agentes (públicos y privados) que gestionan y desarrollan la actividad turística en el Aljarafe.

Este sistema de información turística recogerá también de manera actualizada toda la información existente referida a la oferta turística, alojamiento, actividades, visitas, etc. Así como iniciativas y acciones planificadas en materia de promoción y desarrollo turístico.

1.3. Desarrollo de una Plataforma de Intercambio de conocimientos y experiencias

Eje Estratégico
1

Descripción

El conocimiento es un recurso estratégico del máximo interés en cualquier organización, y su valor se multiplica si se trata, como en este caso, de una organización descentralizada y difusa, formada por entidades competentes de carácter independiente en sus actuaciones. Los recursos humanos de que disponen las administraciones concernidas rentabilizarían al máximo sus conocimientos en caso de poder compartirlos y cotejarlos. Se trata de aumentar el potencial colectivo para el desarrollo de la estrategia turística, tanto local como supramunicipal.

Se promoverá un espacio de intercambio de conocimiento integrado por grupos de personas que comparten información, ideas y experiencia sobre la gestión del turismo en el Aljarafe. Este espacio formará parte de una nueva manera de trabajar con la que se pretende impulsar y mejorar la comunicación entre los profesionales y las administraciones implicadas; estará dirigido a los profesionales que desarrollan su actividad laboral en las administraciones locales y supramunicipales competentes en materia de turismo, y pretende servir de cauce para la constante formación, divulgación e intercambio de ideas.

Entre los elementos desarrollar dentro de esta plataforma estarían chats y foros, espacio de noticias, blog, repositorio documental, enlaces web, repositorio de buenas prácticas, publicaciones periódicas, espacio de formación virtual y directorio.

1.4. Funcionamiento de la Oficina de Gestión del
Plan Estratégico de Turismo del Aljarafe

Eje Estratégico
1

Descripción

La definición de un buen modelo de gobernanza del destino permitirá mejorar la capacidad de organización y acción del conjunto de entidades implicadas en el desarrollo turístico del territorio. La gestión basada en mecanismos de cooperación y coordinación entre entidades posibilitará enfrentarse a los retos turísticos que se presenten, incluyendo a la ciudadanía en el desarrollo turístico local.

A través de esta actuación se va a poner en funcionamiento la Oficina de Gestión del Plan Estratégico de Turismo del Aljarafe, la cual será asumida por la Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe.

BORRADOR

2. PROMOCIÓN DE UNA MARCA TURÍSTICA ALJARAFE

2.1. Diseño de la Marca Turística Aljarafe

Eje Estratégico
2

Descripción

El posicionamiento del aljarafe como destino turístico precisa del desarrollo de una marca turística que incorpore los valores de los diferentes espacios turísticos existentes en el territorio, a saber, el espacio central aljarafeño, la puerta de Doñana, el espacio ribereño y el espacio noreste arqueológico. También deberá incorporar valores comunes a todo el espacio, como calidad gastronómica, ruralidad, paisajes, cultura,...

Deberá tenerse en cuenta que la definición conceptual de la marca, así como su diseño, deben de realizarse pensando antes en la atracción de la demanda que en las especificidades parciales de cada espacio. Por eso se abordará la posibilidad de una marca-contenedor que refleje la identidad y unidad de la comarca, en la que a su vez se insertan de manera coherente y en un segundo nivel submarcas territoriales o sectoriales. El diseño de la marca asumirá el desarrollo de imagen y marca actual de turismo de la Mancomunidad, tratando de adaptar criterios y parámetros estudiados y desarrollados por ésta.

2.2. Desarrollo de una estrategia compartida de promoción con PRODETUR

Eje Estratégico
2

Descripción

La actividad promocional básica de nuestro destino se tendrá que coordinar y desarrollar fundamentalmente a través de PRODETUR, entidad encargada de este cometido en la provincia de Sevilla. En este sentido, esta actuación permitirá coordinar e impulsar una acción promocional que incorpore la marca turística a crear y que parta de los productos comarcales diseñados e impulsados por el presente Plan Estratégico.

En este sentido, la puesta en marcha de acciones promocionales como la asistencia a ferias, la generación de soportes promocionales, la organización de famtrips, etc. en la comarca del Aljarafe, deberían considerar aspectos que:

- Mejoren el posicionamiento de los segmentos activo y de naturaleza, cultural, deportivo, náutico, MICE y gastronómico.

- Impulsen del Calendario Anual de Eventos Turísticos del Aljarafe.
- Faciliten la incorporación de las TICs para la difusión y promoción de los recursos turísticos aljarafeños.

2.3. Definición e implementación de protocolos de criterios promocionales y comercializadores para agentes turísticos

Eje Estratégico
2

Descripción

A través de esta actuación se van a definir los protocolos de criterios promocionales y comercializadores de la marca turística del Aljarafe, de manera que se siga un procedimiento unificado por parte de todos los agentes turísticos implicados en la promoción del destino (ayuntamientos, Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe, Grupo de Desarrollo Rural Aljarafe-Doñana, empresariado local, etc.)

La elaboración de este protocolo de control de acciones promocionales podrá determinar, por ejemplo:

- La inclusión de la marca turística en los soportes destinados a la información y promoción turística del destino como la web de turismo de la comarca, folletos, planos y otros materiales online y offline.
- Actualizar los contenidos del apartado común de las webs independientes de cada uno de los ayuntamientos, donde se incluya la marca turística del Aljarafe.
- En toda la documentación promocional y/o publicitaria de los ayuntamientos de la comarca.
- La adaptación de banners y faldones, online y offline, para su inclusión en las páginas webs, dispositivos propios y otros materiales promocionales del empresariado de la comarca.
- Controlar la correcta aplicación de la imagen de marca del Aljarafe en los soportes usados en las diferentes actuaciones.

2.4. Adaptación de la web y de los soportes promocionales turísticos de la comarca a la nueva marca

Eje Estratégico
2

Descripción

Con esta actuación se pretende abordar las labores de actualización y adaptación de la web de turismo de comarca con la nueva marca, por tratarse de un elemento fundamental para la difusión y promoción de los servicios y recursos turísticos que ofrece este destino.

Igualmente, la marca deberá estar integrada en aquellos perfiles de redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest...) en los que la Mancomunidad esté presente y estén destinados a la promoción turística del Aljarafe. De esta manera, se facilitará la difusión de contenidos de forma inmediata y directa facilitando su detección por la demanda diana.

También se procederá a actualizar el resto de soportes promocionales turísticos de la comarca (folletos, cartelería, guías, planos turísticos del destino, merchandising...) con la nueva marca. Esta acción, además de servir como refuerzo de las tareas promocionales del destino que se desarrollen, permitirá que las oficinas y puntos de información turística del Aljarafe cuenten con material turístico homogéneo del destino común.

2.5. Creación de un Calendario de Eventos Turísticos existentes (culturales, deportivos, náuticos, ambientales...) de la comarca

Eje Estratégico
2

Descripción

Con esta actuación se plantea el diseño de un Calendario Anual de Eventos Turísticos del Aljarafe en el que se incluyan las fiestas populares que se celebran en cada municipio, así como todos los eventos culturales, deportivos, náuticos o ambientales que se desarrollan a lo largo del año, desde enero hasta diciembre, y que pueden favorecer el desarrollo turístico del destino.

Este calendario, además, permitirá planificar de manera coherente y consensuada la oferta de eventos del destino que debe ser promocionada por los ayuntamientos participantes y el resto de los agentes turísticos implicados, como la Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe, el Grupo de Desarrollo Rural Aljarafe-Doñana, el empresariado turístico local, PRODETUR, etc.

3. MEJORA DE LOS ESPACIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS OFERTADOS

3.1. Programa para la dotación y mejora de equipamientos e infraestructuras públicas para el uso turístico

Eje Estratégico
3

Descripción

Se priorizará el desarrollo de las acciones que se consideren más necesarias para la mejora de las infraestructuras y equipamientos del territorio que tienen una especial incidencia en el desarrollo turístico. Por ejemplo: creación o rehabilitación de caminos públicos para su uso como vías ciclistas, ecuestres y senderistas (con especial atención se pondrá en el desarrollo de acciones para una mejor conexión y accesibilidad desde el Aljarafe a Doñana a través de su sector norte); la creación y mejora de espacios verdes, zonas de interés paisajístico y corredores ecológicos; la creación de miradores; la mejora del acceso y el entorno de lugares patrimoniales; la creación de pantalanes e infraestructuras fluviales; la creación de centros de interpretación y espacios expositivos, etc.

Para todo ello se realizará un esfuerzo, por parte de la Mesa del Pacto por el Turismo en el Aljarafe, para promover la coordinación y la creación sinergias entre los proyectos actualmente en marcha o previstos que formen parte de diversos programas con incidencia sobre el turismo, como EDUSI, Planes de Calidad Turística, y actuaciones de diferentes administraciones.

3.2. Elaboración de un Estudio de situación de los recursos patrimoniales (plan visitabilidad)

Eje Estratégico
3

Descripción

La existencia de un amplísimo catálogo patrimonial, incluyendo elementos de máxima relevancia a escala nacional e internacional, no es sinónimo de que dichos recursos pueda integrarse directamente en la oferta turística del territorio. Se asumirá la necesidad de ordenar y mejorar la visitabilidad de los recursos patrimoniales, mediante acciones de información y racionalización de horarios, información directa en el lugar, y otras acciones para incorporar de manera efectiva los principales recursos visitables a la oferta.

Se desarrollarán acciones conjuntas a partir del Pacto por el Turismo, que impliquen en la estrategia a los propietarios y/o responsables de los lugares patrimoniales (administraciones públicas, archidiócesis, propietarios privados, etc.).

3.3. Diseño e implementación de un Plan de Señalización Turística de la comarca

Eje Estratégico
3

Descripción

Se elaborará un plan de señalización turística basado en la marca Aljarafe y que trate de asumir las directrices estipuladas en los manuales de señalización de Prodetur. Con carácter previo, se elaborará un catálogo de señalización, incluyendo el estado de la misma, así como un proceso de retirada de señalética obsoleta y deteriorada, que no sólo no resulta ya útil a su fin informativo, sino que transmite una imagen de deterioro y dejadez que degrada la percepción global de la calidad del destino.

Distribuida en diferentes categorías, la señalética turística del Aljarafe servirá para informar tanto de recursos (patrimoniales, ambientales, cultural-paisajísticos...) como de la oferta turística (hostelería, alojamiento, actividades...)

La señalización turística que se desarrolle deberá contar con planes de mantenimiento y sustitución a medio y largo plazo.

3.4. Desarrollo y gestión en Red de las Oficinas y Puntos de Información Turísticos de los municipios de la comarca

Eje Estratégico
3

Descripción

Se trata de que las distintas oficinas y puntos de información turística de la comarca trabajen y promocionen este territorio en red, de forma que además de informar y fomentar la actividad turística en su respectivo municipio distribuyan el flujo de turistas al resto de la comarca.

Para ello, es fundamental establecer un protocolo de coordinación, así como las pautas necesarias a seguir en la adopción de la nueva marca turística del Aljarafe, las cuales deben ser asumidos por los servicios de información turística. Todo ello conllevará la mejora de la calidad del destino al mismo tiempo que se cubrirán las necesidades del visitante en cuanto a información turística.

3.5. Creación del Centro de Interpretación de la Comarca del Aljarafe

Eje Estratégico
3

Descripción

Sobre la base de un edificio o espacio singular existente, situado en un lugar central, de fácil acceso, dicho centro tendría como objetivo ofrecer una imagen integral de la comarca del Aljarafe, basada en criterios de autenticidad de los contenidos, recogiendo la cantidad y variedad de los atractivos del territorio mediante la calidad de los materiales y técnicas expositivas.

Dicho centro podría a su vez sumar otras funciones relacionadas con el destino Aljarafe, como las convencionales de información turística, gestión del destino, promoción de la oferta gastronómica o espacio de eventos.

3.6. Celebración de un encuentro networking y de fomento de la gastronomía del Aljarafe

Eje Estratégico
3

Descripción

Con esta actuación se plantea la organización de un encuentro networking y de fomento de la gastronomía del Aljarafe que propicie la colaboración entre los diferentes agentes implicados en el mismo y favorezca la generación de sinergias, partiendo de la base del potencial turístico de la gastronomía de la comarca.

De cara a facilitar y potenciar la máxima participación, se deberá contar con todos los agentes clave involucrados en el desarrollo de este segmento como son los distintos ayuntamientos del Aljarafe, la Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe, el Grupo de Desarrollo Rural Aljarafe-Doñana, PRODETUR, la Asociación de Vinos y Licores de la Provincia, el Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) de la variedad manzanilla y de la variedad gordal de Sevilla, chefs, empresariado gastronómico, empresariado turístico local, Academia Sevillana de Gastronomía, etc.

3.7. Potenciación del producto MICE de la comarca del Aljarafe

Eje Estratégico
3

Descripción

La combinación de la interesante oferta turística de la comarca con los equipamientos e infraestructuras de calidad existentes le confiere de potencial para el desarrollo del segmento MICE, complementando a la importante oferta de la capital. En esta línea

es necesario llevar a cabo acciones de sensibilización y capacitación de los profesionales y agentes turísticos locales, ya que conocer las características del segmento es fundamental para la prestación de servicios y ofrecer la atención adecuada a la demanda motivada por el turismo MICE.

Además, en el marco de esta actuación, se podrán acometer las siguientes medidas:

- Diseño y edición de material promocional y de apoyo a la comercialización de los eventos en canales turísticos
- Consolidación del Calendario Anual de Eventos Turísticos del Aljarafe con proyección turística que sirva para impulsar el turismo durante todo el año.

Esta acción se desarrollará de la mano de PRODETUR.

BORRADOR

4. DINAMIZACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO LOCAL

4.1. Diseño y puesta en marcha de un Club de Producto Turístico del Aljarafe

Eje Estratégico
4

Descripción

El diseño y puesta en marcha de un Club de Producto Turístico del Aljarafe es una apuesta por la mejora de la calidad de los servicios que se ofrecen en el destino, por establecer unos estándares de calidad, y una oportunidad de mejorar su competitividad. Además, esta herramienta va a permitir desarrollar actuaciones que fomenten la agrupación de empresas de la comarca y la promoción de las mismas impulsando, de esta manera, la colaboración privada.

En este sentido, pese a que la iniciativa parte de la Mancomunidad de Desarrollo y Fomento del Aljarafe, debe ser asumido por el tejido empresarial de la comarca de manera que sea este quien garantice su funcionamiento y desarrollo.

De cara a incentivar la pertenencia al Club de Producto, se considera necesario informar a los empresarios de los beneficios de contar con una marca reconocida, además de explicarles el funcionamiento y organización del club. Es fundamental entender que la adhesión al Club conlleva el cumplimiento de requisitos que se acercan a unos estándares de calidad que ayudarán a su posicionamiento en el mercado y mejorará los servicios del destino.

4.2. Puesta en marcha de un Plan de formación para profesionales y emprendedores turísticos

Eje Estratégico
4

Descripción

El objetivo principal de esta actuación es poner en marcha un plan formativo dirigido a profesionales centrado en el conocimiento de herramientas de atención al cliente y de calidad turística, inglés turístico y que, además, posibilite la capacitación de guías y/o informadores turísticos locales. Asimismo, deberán diseñarse programas que permitan completar la formación de profesionales y trabajadores en aquellos sectores de actividad con incidencia turística (hostelería, transporte, policía local...) en materias básicas como la atención al cliente, la comunicación turística o idiomas.

Esta formación no sólo estará dirigida a personas que busquen empleo en el sector, sino que también tratará materias relacionadas con el emprendimiento, proporcionando formación sobre herramientas vinculadas a la creación y gestión de empresas dándole un papel relevante a las TICs.

La puesta en marcha de este plan de formación, por tanto, no solo potenciará la especialización en materia turística, sino que además fomentará la creación de empresas turísticas sostenibles e innovadoras y el desarrollo y aplicación del marketing digital.

4.3. Desarrollo de un Programa de apoyo a la comercialización turística de agentes turísticos de la comarca

Eje Estratégico
4

Descripción

Con la puesta en marcha de este Programa se realizarán actividades dirigidas a favorecer la comercialización de la oferta turística de la comarca, de manera paralela y complementaria al proceso de conformación y creación del Club de Producto (actuación 4.1.). Este Programa contempla, entre otras, las siguientes acciones:

- Organización de reuniones y encuentros networking empresariales que favorezcan la ampliación del tejido asociativo de la comarca.
- Desarrollo de Jornadas de Sensibilización dirigidas a empresas y gestores públicos sobre procedimientos y herramientas para la comercialización turística. Podrán ser aprovechadas para informar sobre la existencia de un Club de Producto comarcal.
- Celebración de reuniones de trabajo entre el sector privado y público del entorno del Espacio Nacional y Natural de Doñana, con la participación de la administración competente en la gestión de este espacio, para propiciar una mayor colaboración entre las empresas/entidades de las provincias de Huelva y Sevilla.
- Etc.

5. INCORPORACIÓN AL SISTEMA TURÍSTICO DE SEVILLA CIUDAD

5.1. Desarrollo de acuerdos con la administración y el sector turístico de Sevilla ciudad

Eje Estratégico
5

Descripción

A través del Pacto por el Turismo, y desde la implicación y el compromiso principalmente de las instituciones supramunicipales, se desarrollará una mesa de acuerdos con los responsables del sector turístico de la ciudad, tanto de la administración pública como de los representantes empresariales, para fijar un marco de acuerdo y colaboración. Se explorarán las complementariedades y sinergias que se puedan desarrollar entre la oferta turística de la ciudad de Sevilla y la de la comarca del Aljarafe.

Se fomentará la creación de productos turísticos conjuntos, por ejemplo, utilizando referencias históricas y patrimoniales (Antiquarium – Itálica, o Monasterio de San Isidoro del Campo – Castillo de San Jorge, por ejemplo), o la oferta complementaria de actividades ecuestres, ambientales, náuticas, etc.... que sirvan además a aumentar la estancia media y reducir la estacionalidad.

5.2. Programas de consumo de experiencias y actividades dirigido a la población y prescriptores de Sevilla y del resto del área metropolitana

Eje Estratégico
5

Descripción

La creación de flujos de visitas y actividades debe de asentarse en una amplia base de demanda local. A través de esta demanda de cercanía, los servicios e instalaciones mantienen un funcionamiento desestacionalizado, y generan interés y atracción. Los visitantes suelen preferir consumir aquello que también se consume localmente.

La estrategia de desarrollo turístico debe de contar desde sus inicios con el apoyo de la sociedad local y del entorno metropolitano, y para ello deberán de desarrollarse acciones destinadas a mejorar el propio conocimiento de la ciudadanía acerca de los valores del territorio. El desarrollo de acciones de conocimiento de lo propio redundará en beneficio tanto del producto turístico, como de la sociedad local.

Por parte de las administraciones se promoverá la realización de visitas escolares a un amplio catálogo de recursos turísticos del Aljarafe, así como acciones y eventos promocionales del tipo “noche en blanco”, semanas gastronómicas, jornadas culturales, eventos de cicloturismo, etc. destinadas especialmente al público local y

metropolitano. El objetivo será acreditar la marca del Aljarafe como territorio especialmente adecuado para el ocio y el turismo.

Del mismo modo, en el marco de esta acción se desarrollarán acciones promocionales de famtrips con prescriptores y agencias receptoras de la ciudad, de forma que puedan conocer de primera mano el producto turístico del Aljarafe con el fin de su integración en los respectivos catálogos de oferta.

5.3. Diseño e implementación de un Plan de Información y Difusión de las comunicaciones y la accesibilidad a la oferta turística del Aljarafe desde Sevilla

Eje Estratégico
4

Descripción

Se analizarán las carencias en materia de accesibilidad en transporte público de los principales atractivos turísticos del Aljarafe, para diseñar alternativas y mejoras en este aspecto. Se incluirán en las mismas tanto la ampliación de las actuales líneas y frecuencias como la integración e intermodalidad entre diferentes medios (tren, bus, taxi, metro). También se analizarán las posibles conexiones fluviales y se promoverá el uso de la bicicleta en coincidencia con el desarrollo de la red de carril bici intermunicipal.

Buena parte del esfuerzo de esta acción se realizará en materia de información, para aumentar la legibilidad del sistema y hacer más fácilmente utilizable los medios existentes para los turistas. Ello tanto a través de medios digitales y publicados, como presencialmente. La estación de autobuses plaza de Armas necesita claras mejoras a este respecto.

BORRADOR