

Turismo reforzará la imagen de Andalucía en los mercados para revitalizar su posicionamiento El vicepresidente y consejero Juan Marín ha presentado en la Mesa del Turismo el Plan de Acción 2021, que cuenta con las aportaciones de empresarios, sindicatos y profesionales

El vicepresidente y consejero de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

Juan Marín

, ha presentado este miércoles el Plan de Acción 2021 para la promoción turística de Andalucía, que contempla un especial esfuerzo de difusión del destino en el primer semestre del año con el objetivo de mejorar el posicionamiento de la comunidad entre los clientes potenciales para incentivar la visita una vez se supere la actual situación.

“Agradezco a los hoteleros, sindicatos, la Confederación de Empresarios y agencias de viajes su aportación al plan. Es un documento flexible que apuesta por un reposicionamiento de la marca Andalucía en el primer semestre para tratar de recuperar lo perdido en 2020”, ha señalado el consejero de Turismo.

Las acciones promocionales se centrarán en primer lugar en España y en los principales mercados europeos, al tratarse de los emisores que más garantías ofrecen a la región por su cercanía, conocimiento del destino y fidelidad al mismo.

Marín ha destacado el esfuerzo por difundir una imagen de Andalucía como un destino seguro: “Queremos que el visitante venga con todas las garantías, y es por ello que hemos puesto en marcha el seguro para turistas internacionales. Aerolíneas y touroperadores ya nos han comunicado que es una iniciativa que ha tenido muy buena acogida en el sector”, ha resaltado el vicepresidente andaluz.

Para el primer semestre, junto al seguro para los viajeros internacionales puesto en marcha recientemente, el plan contempla -entre otras medidas- desde actuaciones para la recuperación de la conectividad y captación de nuevas rutas hasta acuerdos con operadores.

También se prevé la celebración de congresos del sector en Andalucía, difusión de productos turísticos estratégicos, acciones de marketing inversas y promoción específica por mercados y segmentos junto a las iniciativas que se desarrollen en colaboración con los

patronatos provinciales.

Se dispondrá además de una bolsa presupuestaria para actuaciones pendientes de su celebración en función de la situación sanitaria, como las grandes ferias internacionales entre las que se encuentran Fitur, ITB de Berlín, WTM de Londres, IGTM Golf y EIBTM de Barcelona.

En cuanto a las acciones de comunicación, se presentará la nueva creatividad para la difusión de Andalucía y se llevarán a cabo campañas específicas por segmentos y para las principales épocas vacacionales del año, junto a campañas internacionales.

Los patrocinios serán también una oportunidad para mostrar los atractivos del destino en plataformas de gran relevancia como el Mundial de MotoGP en Jerez de la Frontera, el Andalucía Valderrama Masters o el Andalucía Rally, entre otras citas.

Por otra parte, se profundizará en el desarrollo y creación de productos turísticos relacionados con la sostenibilidad, el ecoturismo, la gastronomía, el turismo activo y el cultural; y continuarán los trabajos de análisis, investigación y transferencia del conocimiento realizados por [Saeta](#) y [Andalucía Lab](#).

En materia de innovación, la herramienta de 'Big Data' incorporará variables como el gasto medio extranjero, el detalle de la oferta alojativa no reglada y el movimiento aeroportuario mundial. Además, se establecerá un acuerdo con la patronal hotelera andaluza para incorporar al sistema 500 establecimientos de la comunidad autónoma.

El marketing digital se dirigirá a las redes sociales, especialmente a Facebook e Instagram y con presencia en Twitter y TikTok, y se realizarán campañas en medios 'online' profesionales y especializados en viajes y turismo.

Ya en la segunda parte del año están previstas entre las acciones de marketing una promoción itinerante dirigida al mercado internacional y jornadas con empresarios, mientras que en comunicación se programarán campañas para escapadas y épocas específicas.

De igual manera, en el segundo semestre tendrán lugar grandes acontecimientos como el Campeonato de España Sail GP o el Open Femenino de Golf; y la promoción digital se complementará con acciones inversas junto a prescriptores del sector.