

Radarcovid meeting 1

Radarcovid Sevilla

Resumen del Meeting. 17-diciembre-2020

Participantes

Manuel Macias (Director Sevilla Convention Bureau)

Angel Diaz (Dir. Grl. Autocares Casal)

Tina Panadero (CEO Museo del Baile Flamenco)

Daniel Gata (Presidente de Apartsur))

Sergio Jiménez (CEO de Travelist)

Gustavo de Medina (Presidente de ASET, Asociación Sevillana de Empresas Turísticas))

Moderador **Kurt Grötsch**

La reunión tuvo una duración de 60 minutos aproximadamente con intervenciones de 5 minutos por participante. Fue retransmitida en directo a través YouTube por el canal del Museo del Baile Flamenco.

El tono de la reunión fue muy positivo y puso de manifiesto tres características de esta nueva época:

- que la Pandemia favorece la creación de alianzas,
- refuerza los lazos humanos, y
- postula nuevas formas de colaboración.

Resumen general de la primera Reunión

2020

Todos los participantes confirman desde marzo del 2020 han sufrido cancelaciones masivas de sus reservas que se cifran entre el 45% y 100% en los sectores Hoteles, Agencias de Viajes, Transportes, MICE, Espectáculos (Flamenco).

En el sector MICE se observa una transformación de eventos presenciales a eventos virtuales, lo que conlleva, a lo largo de este último año a un alto impacto de tecnologías de la comunicación y a acelerar los procesos de cambio digital en organizaciones y profesionales. Como contraprestación, esta situación ha llevado a la pérdida de vínculos personales, sobre todo en el sector de convenciones y congresos.

2021

Los participantes en general consideran el año 2021 como año de **transición y de pruebas**. En líneas generales, para primavera del 2021 hay nulas o muy pocas expectativas de reservas y de normalización. Para el otoño se prevé una moderada recuperación del mercado.

Existen peticiones insignificantes para Junio (tablaos, nivel nacional), aún así, los establecimientos de ocio enfocados mayoritariamente al público turista no podrán abrir en el 2021 a nivel nacional.

Sectores como hoteles y agencias prevén un inicio de reservas hacia marzo.

Las fechas más probables para iniciar algún movimiento en el mercado no llegarán antes del segundo semestre del año. En este sentido, SCCB ve indicadores de recuperación a partir de junio, en el que han programado un gran evento MICE.

Otros ven reservas aceptables en septiembre de 2021, lo cual significaría una “travesía del desierto” de 9 meses, desde diciembre 2020.

Esta apreciación coincide con la opinión de otros participantes en la mesa, que esperan un movimiento de reservas más intenso a partir de junio/julio del 2021.

De cualquier forma, no debemos olvidar que van a continuar activas las medidas de prevención de la epidemia (limitaciones y restricciones de aforo, medidas sanitarias, legales, etc.) que siguen siendo un obstáculo para la rentabilidad de los establecimientos. Esta situación se agrava en determinados sectores como el ocio y el entretenimiento en donde abrir es económicamente inviable.

Un papel importante lo juegan también las vacunaciones tanto en el origen como en el destino de los viajeros (Andalucía) que puedan inspirar confianza, por tanto, los destinos turísticos van a necesitar de unos niveles de seguridad muy altos para poder entrar en el mercado. Habrá que observar y evaluar atentamente la evolución de las vacunas a partir de diciembre del 2020. Igualmente hay que observar la evolución de una tercera ola de la Pandemia, que se espera después de los días festivos a nivel nacional e internacional.

Con todo, las empresas y los profesionales entienden que es recomendable iniciar movimientos y procesos de cara a preparar el mercado para los productos y servicios turísticos que ofrecen:

- Inicio de estrategias de marketing a partir del mes de Enero (Apartamentos).
- Comenzar las estrategias de marketing digital a partir de ahora (diciembre-enero).
- Invertir en medios de comunicación con campañas a partir de enero.
- Intensificar y especializar esas campañas a partir de marzo.

- Desarrollar y mejorar las ofertas del turismo experiencial de Sevilla, reforzándolas además con campañas especializadas.
- Inspirar seguridad en los viajeros para que puedan recuperar su dinero en caso de cancelaciones.

Sobre la base de esta situación se puede considerar que podrá darse una recuperación moderada a partir del año 2022, y que una perspectiva de plena recuperación solo llegará en 2024.

Como respuesta y conclusión de esta primera reunión prevalece por una parte la sensación de “estar en el mismo barco” y de trabajar juntos en soluciones para la ciudad y el sector; y por otra parte y a raíz de ello, nace la propuesta de generar un pacto de la comunicación del sector turístico de Sevilla y la creación de una base de datos de imágenes y videos de calidad a disposición de las campañas de comunicación de las empresas de Sevilla.

Kurt Grötsch