



PLAN PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE SEGOVIA TRAS EL FIN DEL ESTADO DE ALARMA

*Para ser grande, sé entero: nada
tuyo exageres o excluyas.
Sé todo en cada cosa. Pon cuanto eres
en lo mínimo que hagas.
En cada lago así la luna entera
brilla, porque alta vive.*

Fernando Pessoa

El virus conocido como SARS-CoV-2 y su enfermedad asociada (COVID-19) han provocado una crisis global sin precedentes. Su impacto es especialmente negativo para el sector turístico, que ya sufre sus consecuencias en todo el mundo.

El proceso de recuperación se prevé largo y complicado. En primera instancia se espera la reactivación del turismo nacional, por lo que la mayoría de expertos recomienda que los destinos españoles centren sus esfuerzos en la recuperación de la confianza de este público, en especial de viajeros pertenecientes a grupos no de riesgo que, en pareja o familia, serán los primeros en recuperar (poco a poco) su actividad turística. Previsiblemente harán desplazamientos de corta duración (en la mayoría de casos con su propio vehículo) para ir en busca de un destino seguro que se encuentre relativamente próximo a su lugar de residencia.

La ciudad de Segovia, donde antes de esta crisis la mayoría de visitantes ya provenía del mercado doméstico, goza de una privilegiada situación geográfica (en el centro de la península ibérica y bien conectada por autopista y ferrocarril con algunos de los núcleos de población más importantes del país) y una amplia experiencia en el turismo de proximidad y familiar, por lo que se podría decir que, pese a la extrema gravedad de la situación actual y en comparación con otros destinos (con un modelo turístico más masificado y con mayor dependencia del turismo internacional), parte de un punto de partida favorable para la recuperación del sector .

Por todo esto, una vez finalice el estado de alarma y con el único objetivo de favorecer con celeridad dicha reactivación del turismo como motor económico de la economía local, **el Ayuntamiento de Segovia se compromete a:**

1. Canalizar la gestión de la reactivación del sector turístico a través de Turismo de Segovia

Todas las medidas planteadas en el presente plan serán planificadas y ejecutadas por la Empresa Municipal de Turismo bajo la supervisión del Área de Turismo del Ayuntamiento (Área de Turismo del Ayuntamiento y Empresa Municipal de Turismo forman juntos Turismo de Segovia).

2. Promover la unión y coordinación con las diferentes instituciones públicas a la hora de planificar y ejecutar medidas

A través de Turismo de Segovia, el Ayuntamiento de Segovia se compromete a promover que todas las medidas que lleven a cabo las instituciones públicas en favor del sector turístico local se realicen de manera cohesionada y coordinada, especialmente con instituciones como la Diputación de Segovia y la Junta de Castilla y León.

3. Buscar el consenso con la empresa privada

A través de Turismo de Segovia, el Ayuntamiento de Segovia se compromete a que, a la hora de planificar y ejecutar medidas de reactivación del turismo, estas sean consensuadas con tantos representantes de la empresa turística privada y asociaciones profesionales asociadas del sector como sea posible.

4. Implicar a la ciudadanía

La sensibilización del público local en materia turística es esencial para lograr el objetivo de este plan. Por este motivo, Turismo de Segovia se compromete no sólo a poner en conocimiento del ciudadano todas las medidas que se lleven a cabo, sino también a invitarle a que tome un papel proactivo, aportando sus propias ideas para la reactivación del sector, haciendo siempre hincapié en el valor de una convivencia positiva entre turismo y ciudadanía.

5. Organizar y liderar encuentros con instituciones, empresas y ciudadanía que permitan la unidad, coordinación y fortaleza del destino

Para poder desarrollar los puntos 2, 3 y 4, Turismo de Segovia pondrá en marcha diversos encuentros, foros y/o reuniones de trabajo con el principal objetivo de “crear destino” entre todos y para todos.

6. Encargar a expertos universitarios la creación de un estudio del impacto del coronavirus en el turismo local

Para poder tomar decisiones correctas en este momento tan complejo, es imprescindible contar con un estudio que permita medir con precisión cual es el impacto real del coronavirus en el turismo local. Este estudio será encargado a

expertos del ámbito universitario para que sea realizado mediante criterios científicos que arrojen resultados confiables. Además, se invitará a estos expertos a que, en base a los resultados de su estudio, incluyan en él sus propias propuestas para la reactivación del destino.

7. Fomentar el desarrollo de sinergias en un ambiente de “coopetencia”

Turismo de Segovia fomentará todo tipo de proyectos colaborativos entre empresas turísticas siempre que conlleven beneficios para todas las compañías implicadas, ya sirvan para lograr una disminución de costes, mayores ingresos, mayor impacto publicitario o cualquier otro tipo de beneficio para las empresas implicadas. También se fomentarán las sinergias público-privadas y entre instituciones públicas. Para que todo esto sea posible se fomentará el desarrollo de un ambiente de “coopetencia”, en el que si bien serán necesarias medidas individuales como promociones y ofertas temporales, se promoverá una colectiva puesta en valor del precio de los productos y servicios siempre que estos sean justos y razonables (evitando a toda costa las guerras de precios y el fomento de la cultura “low cost” en el turismo).

8. Extremar medidas de seguridad sanitaria en espacios turísticos

Para recuperar la confianza de los viajeros, Turismo de Segovia extremará las medidas de limpieza y seguridad sanitaria en todos los espacios turísticos que gestiona de manera directa. También promoverá que se implanten medidas sanitarias especiales en espacios turísticos gestionados por terceros, como por ejemplo en monumentos, museos, restaurantes, hoteles o comercios. Estas medidas estarán centradas en la protección del viajero, pero también del propio profesional del turismo y de todos aquellos trabajadores que por una razón u otra ejerzan su labor total o parcialmente en el interior de este tipo de establecimientos (por ejemplo limpiadores, repartidores, técnicos de reparación, etc.).

9. Hacer de la sostenibilidad y la responsabilidad social los grandes objetivos del sector

La única vía posible para la supervivencia del turismo es la sostenibilidad medioambiental y la responsabilidad social. Frente a la tentación de recuperar una cultura del turismo de masas y el “low cost” para lograr una recuperación rápida a corto plazo, se plantea la necesidad de ser firmes en mostrar la ciudad como un destino ejemplo de “slow travel” que permita su buen desarrollo en el largo plazo. Así, Turismo de Segovia promoverá la conversión de la ciudad en un destino completamente verde y solidario en el que serán prioritarias medidas como por ejemplo: reducir la huella de carbono (con el objetivo final de “cero emisiones”), eliminar la utilización de plásticos de un solo uso, utilizar racionalmente los recursos hídricos o consumir productos de proximidad entre otras medidas que, además de proteger el medioambiente, hagan del turismo una industria comprometida con la generación de empleos de calidad en un marco de igualdad, libertad y dignidad tanto para el ciudadano como para el viajero.

10. Fomentar el uso turístico (controlado) de los espacios naturales y otros espacios abiertos frente al de espacios cerrados

Se prevé un declive del turismo urbano y un incremento de interés en el turismo de naturaleza. Por este motivo, y siempre que sea posible, Turismo de Segovia promoverá la utilización turística de espacios abiertos, en especial aquellos espacios naturales que por su riqueza y/o singularidad puedan ser de especial interés turístico. En cualquier caso, esa explotación turística (en forma por ejemplo de visitas guiadas, conciertos, festivales o talleres) será siempre llevada a cabo de manera responsable, evitando toda clase de impacto negativo en el medioambiente y en la vida del ciudadano (respetando las nuevas medidas sanitarias que puedan establecerse para este tipo de actividades).

11. Coordinar la reorganización del calendario de eventos pospuestos para evitar el solapamiento

Turismo de Segovia y el Área del Cultura del Ayuntamiento trabajarán de manera conjunta y coordinada con el resto de instituciones públicas y privadas implicadas en la organización de eventos que hayan sido pospuestos. Con esta medida se busca evitar un solapamiento de eventos que pudiese tener una incidencia negativa en el buen desarrollo de los mismos.

12. Potenciar la inversión pública en cultura para su aprovechamiento turístico

Desde la Concejalía de Cultura se potenciará la inversión pública en la organización de actividades culturales y en general en el tejido creativo local, pues son elementos esenciales para la potenciación del turismo local (el objetivo es que la Cultura siga siendo un elemento diferenciador de la oferta turística del destino). Turismo de Segovia colaborará con la Concejalía de Cultura promocionando todas estas actividades para su aprovechamiento como elementos dinamizadores de gran valor para el turismo local.

13. Estudiar nuevas políticas y sistemas de gestión de aforos, incluyendo una renovación de la tecnología asociada al control de accesos

Turismo de Segovia estudiará la implantación de nuevas políticas y sistemas de gestión de aforos en los espacios que gestiona, así como la incorporación de nuevas soluciones tecnológicas en el control de accesos (para que se garantice su cumplimiento). También se promoverá que el resto de agentes del sector que gestionen espacios de acceso público tomen medidas similares.

14. Hacer de la calidad turística y la comunicación las principales herramientas del sector para recuperar la confianza del viajero

Turismo de Segovia se compromete a extremar su compromiso con la calidad turística. Esto no solo implica incorporar importantes medidas de seguridad sanitaria (como ya se exponía de manera diferenciada en el punto 8), sino que requerirá establecer

nuevos y más ambiciosos estándares de calidad en todas las etapas del proceso de viaje. Como parte indispensable en el proceso de recuperación de la confianza del viajero está la comunicación, por eso Turismo de Segovia también se compromete a incrementar sus esfuerzos en esta materia, desarrollando un plan específico de comunicación en el que podrán tener cabida campañas generales de branding y de relanzamiento del destino, así como otras centradas en aspectos concretos como dar a conocer la incorporación de nuevas medidas de seguridad sanitaria, la implementación de nuevos estándares de calidad, el fomento del consumo (en especial del producto/servicio/artesanía local), etc., siempre con el fin de recuperar la confianza del viajero (centrándose primero en atraer visitantes de importantes núcleos de población próximos a la ciudad como Madrid o Valladolid, pero también, en una segunda y tercera etapa, viajeros provenientes del resto del país y del resto de Europa).

15. Desarrollar programas de formación que incrementen la competitividad de los profesionales del sector turístico

Turismo de Segovia se compromete a desarrollar programas de formación para los diversos profesionales del sector turístico, especialmente en materias relacionadas con las nuevas tecnologías, pues no sólo pueden mejorar su competitividad sino que además les puede ayudar a conseguir una mejor y más rápida adaptación a la nueva situación (preparándoles incluso frente a la posible repetición de situaciones adversas similares que puedan darse en el futuro).

16. Realizar estudios de impacto turístico basados en criterios medioambientales y de impacto en la vida de la ciudadanía

Turismo de Segovia redirigirá, en la medida de lo posible, los nuevos estudios del Observatorio Turístico hacia la medición del impacto (tanto positivo como negativo) del turismo en la economía local, el medioambiente y la calidad de vida en general de quienes residen habitual o temporalmente en la ciudad. Aquellos estudios que se puedan encargar a terceros (como por ejemplo los estudios de la Universidad de Valladolid) o en los que participe el destino como parte de una red de promoción Turística (por ejemplo el Observatorio del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad) también harán énfasis en estos o similares criterios de medición. Tal y como se ha hecho hasta ahora, el resultado de todos los estudios en los que esté implicado Turismo de Segovia seguirán haciéndose públicos y compartiéndose con los profesionales del sector, por lo que se invita a que, a su vez, ellos desarrollen sus propios estudios y los compartan con el resto de implicados en el turismo local.

17. Estudiar la incorporación de nuevos servicios (tanto para visitantes como para empresas del sector) en el catálogo de la Empresa Municipal de Turismo

Si bien serán las restricciones que marquen los gobiernos las que determinarán cuáles son las nuevas necesidades de los viajeros y los empresarios en el futuro, el compromiso de Turismo de Segovia siempre será, en cualquier caso, el de tratar de darles respuesta. Para ello, si es necesario, valorará la incorporación de nuevos

servicios a su catálogo actual, estando ya en estudio algunos relacionados con la asesoría y formación para empresas y, en el caso de los viajeros, nuevos servicios telemáticos de aplicación a lo largo de todas las etapas del viaje.

18. Reforzar el servicio de atención turística por vía postal, telefónica, correo electrónico y redes sociales

Turismo de Segovia reforzará sus servicios telemáticos de atención turística, incluyendo el envío postal de material informativo gratuito a la dirección que desee el viajero. En este último caso se hará hincapié al solicitante en que todo el material que se le envíe por esta vía será preparado y enviado siguiendo las más estrictas medidas de higiene y seguridad sanitaria.

19. Participar en una campaña especial de agradecimiento y fidelización de los primeros clientes en hoteles de la ciudad

Turismo de Segovia colaborará con los hoteles de la ciudad en la creación y desarrollo de una campaña que tendrá como objetivos específicos fidelizar y agradecer su confianza a los primeros viajeros que hagan uso de los servicios hoteleros de la ciudad tras la reapertura. Así, al igual que en este caso sucede en este caso con los hoteles, Turismo de Segovia podrá colaborar en otras iniciativas públicas o privadas que, respetando los objetivos de sostenibilidad y responsabilidad social del destino, fomenten la recuperación del sector turístico local.

20. Elaborar un nuevo “Protocolo de excelencia turística en la atención con seguridad en comercios”

Entre las acciones concretas que Turismo de Segovia tratará con los profesionales del sector y sus asociaciones de referencia, se encuentra la elaboración de un nuevo “Protocolo de excelencia turística en la atención con seguridad en comercios”. Así, desde el departamento de Calidad y producto de la Empresa Municipal de Turismo se elaborará un documento en el que se estipularán, previo consenso con empresas y asociaciones, una serie de medidas que tendrán como objetivo elevar al máximo la calidad de la atención al cliente y que, en el ámbito de la seguridad sanitaria, irán más allá de las garantías mínimas que exigirá el gobierno, pues sólo así se logrará acelerar la recuperación de la confianza del cliente. Este protocolo se adaptará también al caso de restaurantes y hoteles, además de a museos, monumentos y otros lugares relacionados con el turismo.

21. Crear un sistema integral de apoyo para la creación, promoción y comercialización de productos turísticos asociados al turismo gastronómico

Dado su importante peso en la economía local, Turismo de Segovia asesorará en materias relacionadas con la elaboración, promoción y comercialización de servicios y productos turísticos gastronómicos a todas las empresas que lo soliciten. Este nuevo sistema integral de apoyo para empresas lo desarrollará gracias a la acción coordinada de los diferentes departamentos de la Empresa Municipal de Turismo (Calidad y

producto, Marketing, Comunicación, Comercialización, etc.) y los responsables de terceras empresas especializadas a los que pueda ser necesario acudir (tal y como se ha explicado ya, se promoverá un sistema colaborativo que permita el desarrollo de sinergias beneficiosas para todas las partes implicadas). En base a la demanda y éxito de este nuevo sistema de apoyo, se planteará la posible extensión a otros ámbitos distintos del turismo gastronómico.

22. Exigir una intensificación de la actividad promocional y comercial del destino a través de las redes de promoción turística de las que forma parte la ciudad

La ciudad de Segovia pertenece a diversas redes de promoción turística (Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, Red de ciudades AVE, Red Teresiana, Red de Juderías de España, AVIAMA, Saborea España, Spain Convention Bureau, etc.), a las que Turismo de Segovia les exigirá un esfuerzo extraordinario para que lleven a cabo iniciativas que realmente favorezcan una mejor y más intensa promoción y comercialización del destino (acorde al reto que se afronta).

23. Hacer de la recuperación del Turismo una cuestión prioritaria y transversal

Si la recuperación a nivel nacional del Turismo es considerada por la mayoría de expertos como una “cuestión de estado”, su recuperación a nivel local también será absolutamente prioritaria. Aunque serán el Área de Turismo del Ayuntamiento y la Empresa Municipal de Turismo quienes lideren los proyectos relacionados con la recuperación del sector, contarán con el apoyo y colaboración de absolutamente todas las áreas del ayuntamiento. El problema será abordado de manera transversal, garantizando la implicación de todas las áreas de consistorio, desde las que pondrán, en la medida de sus posibilidades, los recursos a su alcance para que los proyectos liderados por Turismo de Segovia puedan desarrollarse de manera rápida y eficaz.

Este plan está sujeto a la concreción que se deriva de las normas que arbitre el gobierno. Todas las medidas específicas que se planteen en relación a cada uno de los puntos del presente documento se implementarán en función de la disponibilidad municipal y deberán haber sido concretadas previamente con los diferentes agentes implicados en el turismo local.