

# MECANISMOS DE ACTUACIÓN Y PROMOCIÓN DEL TURISMO URBANO: EL CASO DE SEVILLA

---

**Roberto DÍEZ PISONERO**

Departamento de Análisis Geográfico Regional  
Universidad Complutense de Madrid  
roberto10pisonero@hotmail.com



## 1. INTRODUCCIÓN

---

El turismo, en general, y el urbano, en particular, constituyen una importante herramienta vertebradora y dinamizadora de nuestras ciudades. El mundo global en el que nos encontramos insertos ha permitido una mayor facilidad en el movimiento de las personas y, por consiguiente, de los turistas que ven ahora, mejor que nunca, la posibilidad de poder conocer la idiosincrasia y especificidad de las ciudades que pueblan el mundo.

Hoy día, el turismo urbano se ha convertido en un factor decisivo pues, gracias a él, la recuperación urbanística, patrimonial, arquitectónica y funcional de entidades urbanas se ha materializado notoriamente. En esta realidad desempeñan un papel crucial las diferentes administraciones ya que con el Estado de las Autonomías, la materia turística se descentraliza permitiendo a las Comunidades Autónomas y demás estamentos administrativos adoptar estas responsabilidades.

Precisamente, es en estos momentos cuando las Comunidades Autónomas españolas están ejecutando una importante planificación estratégica del turismo, con el objetivo de aumentar el número de turistas, la duración de la estancia y el gasto total, así como fomentar experiencias turísticas únicas que motiven la repetición de visitas a la ciudad.

Por ello, en una ciudad turística, el patrimonio cultural hay que considerarlo como un elemento más de los ingredientes del producto turístico, no sólo el único. Como ha

señalado Moragas, “vender el pasado en sus diferentes formas es uno de los principales reclamos del marketing turístico” (ROMERO MORAGAS, 2004). Sin embargo, como veremos a continuación, es una idea actual la de, conscientemente, “poner en valor” todo este patrimonio tanto material como inmaterial.

## 2. QUÉ SIGNIFICA EL TURISMO EN SEVILLA

---

La actividad turística en Sevilla constituye en la actualidad, sin ningún género de duda, uno de los pilares del progreso económico, social y cultural de la ciudad, es decir, una realidad pujante y de amplia incidencia en cualquiera de los campos de la vida ciudadana.

Su importancia radica, no sólo en el fructífero patrimonio monumental y artístico que posee, sino también el resto de ingredientes que conforman el producto turístico (infraestructuras, alojamiento, restauración, comercio, zonas de esparcimiento...).

Actualmente, el turismo representa en la economía de la ciudad en torno al 11% del PIB, lo que da idea de su enorme relevancia. Pero su impacto en el conjunto de la socioeconomía sevillana es mayor, por cuanto “la transversalidad tan característica de este segmento económico le hace partícipe de influir en mayor o menor medida en el comercio, los transportes, la industria agroalimentaria, la construcción, la cultura, las artesanías y en un amplio conjunto de servicios” (CONSORCIO TURISMO SEVILLA, 2008).

El excelente posicionamiento de la ciudad en el sistema turístico mundial, y la importancia estratégica de este segmento en la economía y el empleo de Sevilla son una realidad.

El crecimiento espectacular registrado en este sector se produce gracias a la industria turística que representa Sevilla: viva, ágil, competitiva y con una clara proyección de futuro. De ahí, que muchos autores estén de acuerdo en afirmar que nos encontramos ante “uno de los principales destinos turísticos del mundo” (MARCHENA y REPISO, 1999).

Su competitividad tanto en los mercados nacionales como en los internacionales se fundamenta en una imagen y en un nombre universalmente conocidos y reconocidos desde hace siglos por el carácter singular de sus celebraciones y de su patrimonio, lo que marca una auténtica referencia para otras muchas ciudades que intentan acceder a posiciones de privilegio como la que disfruta Sevilla.

Sobre esa sólida base, en el último decenio se ha construido a su vez una estructura del producto turístico muy eficaz y de elevada calidad, tanto en los servicios, como en los alojamientos y en la variedad de la oferta turística. Pero además de todo ello, “el turismo tiene una incidencia trascendental en un intangible tan importante como

es la imagen de la ciudad, su proyección exterior y, por ende, su posicionamiento en el sistema mundial de grandes ciudades” (AYUNTAMIENTO SEVILLA, 2006).

### 3. LÍNEAS DE ACTUACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA

Es tal la importancia que la actividad turística supone para la ciudad de Sevilla, que la propia administración ha apostado por una gran inversión en el turismo, y para ello, numerosas actuaciones han supuesto una importante contribución a la mejora de la calidad de la oferta turística sevillana, haciéndola más moderna y competitiva. Por consiguiente, un proceso de adaptación continua de acuerdo a las exigencias cada vez mayores de la demanda.

#### 3.1. Diversificación de la oferta

Sevilla cuenta con un importante binomio turístico: patrimonio monumental más cultura tradicional. Así, se atestigua de los principales hitos que identifican la ciudad: por un lado, la catedral, el Alcázar, la Torre del Oro, los palacios y edificios de gobierno, sus iglesias y basílicas; y por el otro, la Semana Santa, la Feria de Abril, los toros, el flamenco, etc.

Sin embargo, la ciudad ha sabido adaptarse a las necesidades del siglo XXI diversificando su oferta turística hacia otros campos de interés en constante incremento.

- *Turismo de negocios.* Integrada en la red Spain Convention Bureau, Sevilla ofrece una oferta congresual y de certámenes de alto nivel gracias al Palacio de Exposiciones y Congresos de la Ciudad (FIBES) y El Palenque, con 30.000 y 9.000 m<sup>2</sup> respectivamente. Ambos acogen año tras año más de un centenar de congresos, exposiciones, ferias, simposios y encuentros profesionales, lo que acredita a Sevilla como uno de los principales destinos del turismo de negocios en España.
- *Turismo gastronómico.* El turismo gastronómico, en crecimiento constante en nuestro país, también deja huella en la ciudad hispalense. Sin ningún género de dudas la gastronomía sevillana es una de las más ricas de nuestro país, caracterizada por su variedad y calidad. Así lo atestiguan el gazpacho andaluz, la ensaladilla sevillana, la ternera a la sevillana, la “pringá” o sus famosas tapas, donde la gastronomía hispalense encuentra sus verdaderas señas de identidad, al englobar no sólo el acto de comer y beber sino considerarse como un acto social por su carácter ritual y cultural.

Desde la Asociación de Hostelería bajo el lema “Garantía de Calidad”, se está llevando a cabo una labor de promoción que está permitiendo la implicación de la restauración sevillana en un continuo proceso de adaptación a las nuevas demandas, incorporando las nuevas culturas, deseos y necesidades de sus

clientes, ofreciendo en cada momento las mejores elaboraciones culinarias y asegurando la calidad en los productos y alimentos utilizados, así como una perfecta atención y trato humano, todo ello a precios muy competitivos.

- *Turismo de compras.* Sevilla se ha convertido en un importante centro de moda en los últimos años, contando con modistos locales de la talla de Victorio y Lucchino o Toni Benítez, así como con importantes instituciones temáticas como el Centro Andaluz de la Moda.

Además de ello, la ciudad cuenta con una completa oferta en esta modalidad turística, al convivir de manera ejemplar, establecimientos tradicionales donde comprar objetos de artesanía y recuerdos, hasta sofisticadas tiendas de diseño y centros comerciales, que posibilitan al visitante un amplio abanico de posibilidades: la variedad de artículos en el Casco Antiguo, la cerámica popular en Triana, las “gangas” de los mercadillos y el barrio del Nervión, donde los centros comerciales, franquicias y primeras firmas residen.

- *Turismo fluvial.* Situado a 80 kilómetros de la desembocadura del Guadalquivir, el puerto de Sevilla es el único Puerto fluvial comercial que existe en España, con terminales, atraques y muelles hasta llegar, en el mismo corazón de Sevilla, a la terminal de cruceros y puerto deportivo. Su proyección es a la vez mediterránea y atlántica, siendo varios los factores que lo erigen en punto logístico y comercial de primer orden.

Gracias al atractivo turístico de Sevilla, el Puerto de Sevilla se ha convertido en escala regular de numerosos cruceros que cada año eligen la Capital Andaluza como destino preferente, ya sean en tránsito en sus rutas marítimas o como base en esta ciudad. El auge de esta actividad y la potenciación del Muelle con el nuevo sistema de esclusas fomentan aún más la integración del Puerto en la Ciudad de Sevilla, que ve multiplicada de esta forma su variada oferta turística.

- *Turismo de Golf.* Sevilla es el lugar elegido por cada vez más visitantes para practicar esta modalidad turística. El gran número y variedad de las instalaciones, la climatología privilegiada y la fama y prestigio de sus campos han convertido a Andalucía en un destino de golf de primerísima clase.

En este contexto, Sevilla disfruta de uno de los mejores campos de Europa, El Real Club de Golf de Sevilla, sede de la Copa del Mundo 2004. Diseñado por José María Olazábal, presenta un exigente recorrido muy valorado por jugadores profesionales y amateurs. Además, el Club posee inmejorables instalaciones que enriquecen ampliamente su oferta deportiva y lo convierten en un lugar idóneo para el disfrute del ocio familiar. Por su parte, su proximidad al Parque Natural de Oromana, lo hace muy atractivo como complemento al turismo de naturaleza y cultural.

- *Turismo idiomático* (como subsegmento del turismo cultural). El español es un recurso turístico con un enorme potencial. Se posiciona como la segunda lengua de comunicación internacional y la cuarta más hablada del mundo. De ahí, su creciente interés como segunda lengua en numerosos países del viejo y el nuevo mundo. La importancia del español como recurso turístico y su enorme potencial en España es ya una realidad, por la demanda real y creciente de estudiantes de español, así como de una oferta de cierta entidad y calidad.

Sin embargo, este turista no sólo decide qué curso estudiar, sino qué destino escoger. Es ahí donde la cultura sevillana juega un papel destacado pues muchos de estos estudiantes deciden acudir a la ciudad por el importante legado material e inmaterial que existe dentro de la metrópoli. En este sentido, las sinergias entre la política turística y lingüística llevan a Sevilla a posicionarse entre uno de los principales destinos para aprender la lengua de Cervantes en nuestro país.

### **3.2. Adecuación del producto turístico**

- *Señalización turística urbana*. El ayuntamiento, con el objetivo de facilitar el paseo de los turistas así como la localización de los principales hitos turísticos de la ciudad, ha decidido emprender actuaciones de señalización peatonal turística con paneles indicadores homogéneos cuya información se presenta en diferentes idiomas.
- *Peatonalización del centro histórico*. Desde el año 2003, la ciudad lleva acometiendo este tipo de obras en las calles aledañas al centro de la ciudad. Con ello, se pretende minimizar el impacto del tráfico rodado en las zonas más turísticas y reforzar el rol del turista.
- *Renovación de la Oficina de Atención al Turista* y establecimiento de nuevas Oficinas de Información a lo largo de toda la ciudad, para cualquier incidencia que pueda surgir: información necesaria, defensa del turista, etc... Además, se pretende cambiar la orientación de este centro: no verle como un simple "folleto informativo", sino también introducir nuevas técnicas audiovisuales que enmarquen al turista en un verdadero centro de interpretación. Por tanto, se adecúa físicamente y se mejoran los contenidos.
- *Iluminación de enclaves y conjuntos monumentales*. Para la adecuación y embellecimiento del producto turístico, el Ayuntamiento ha desarrollado medidas de iluminación estratégica para los principales elementos monumentales. El objetivo es el ensalzamiento y embellecimiento de los principales hitos durante la noche sevillana.
- *Puesta en valor de recursos y rutas turísticas*. Desde el Ayuntamiento de Sevilla, se ha apoyado la instauración de diferentes itinerarios turísticos por la ciudad

para la realización y desarrollo de la práctica turística. Entre las más interesantes, destacan: Triana, Sevilla barroca, Sevilla mudéjar, Expo del 27, Sevilla de los pintores y Sevilla romana.

- *Nuevo patrimonio cultural de escala simbólica y emblemática.* En busca de la especificidad y singularidad de la ciudad en el contexto turístico español y europeo, se encargan a arquitectos de renombre la construcción de edificios singulares que permitan identificar a la ciudad. Entre ellos, conviene mencionar el puente vanguardista de Calatrava o el nuevo aeropuerto internacional de Rafael Moneo. Asimismo, en el año 2008 comenzaron las obras de un barrio residencial gracias a los “galácticos” de la arquitectura actual, entre ellos, el francés Jean Nouvel, el británico Norman Foster y el japonés Arata Isozak.

**Figura 1. Diferentes mecanismos de adecuación del producto turístico.**



### 3.3. Creación de nuevos productos

A parte de las diferentes medidas emprendidas por el Ayuntamiento en busca de la adecuación del producto turístico, Sevilla ha posibilitado la modernización y competitividad de su oferta gracias a la creación de nuevos productos, entre los que destacan:

- *Sevilla Card*. Nuevo mecanismo municipal para incentivar la actividad turística, permitiendo al turista descubrir la ciudad y ahorrar dinero, ya que gracias a ella, se podrá beneficiar de diferentes ventajas (libre acceso a la mayoría de los museos y monumentos de la ciudad, uso ilimitado del transporte público, etc.).
- *Canal de información turística*. Se trata de una plataforma de televisión turística, similar a una televisión temática, cuyo formato solo aparece en las ciudades europeas de Glasgow y Londres. Se divulga por Internet y su web es [www.turismo-sevilla.tv](http://www.turismo-sevilla.tv). En ella, se puede visualizar una completa parrilla de programación integrada por diferentes secciones turísticas. Según sus creadores, combina la “riqueza visual” de la emisión televisiva con la inexistencia de “fronteras” y la “interacción” que proporciona Internet, “pudiendo adaptarse la emisión a cada usuario”.

### 3.4. Desarrollo de programas conjuntos (REDES)

La integración en redes constituye un instrumento de gestión de una importancia creciente, además de un ámbito para la generación de conocimiento compartido y una eficiente vía de proyección internacional. Entre otras, Sevilla participa en las siguientes redes de ciudades, vinculadas directa o indirectamente a la actividad turística:



Red de ciudades “Spain Convention Bureau”. Cuyo objetivo fundamental es promover el intercambio de experiencias e información de este sector turístico entre los municipios que forman la Sección, y por otro lado, realizar acciones encaminadas a la promoción conjunta tanto nacional como internacional, de las ciudades que la componen.



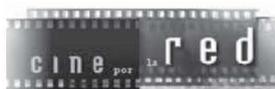
Red de ciudades catedralicias. Se caracteriza por actuar conjuntamente en la promoción y defensa del patrimonio urbano, histórico y cultural de los municipios que la conforman, así como establecer políticas de intercambios para planificar una política conjunta de difusión de imagen.



Red de ciudades de la Ruta de la Plata. Se asienta en un tradicional eje de comunicación del oeste español. Constituye un itinerario rico y variado, que cuenta con varias ciudades Patrimonio de la Humanidad y que representa un potencial cultural y turístico de primer orden en la Península Ibérica y en la Unión Europea. Pretende la actuación conjunta en la defensa y promoción de sus recursos turísticos, históricos, culturales y económicos.



Red de ciudades AVE. Facilita y propicia una fructífera colaboración en materia de desarrollo y promoción turística como destinos que la integran desde la perspectiva de ciudades comunicadas por la línea de alta velocidad Su eslogan: “Nueve ciudades esperan conocerte. Sigue una ruta concebida para el siglo XXI. Descubre la variedad, el gusto y la excelencia. Bienvenido a las ciudades AVE. Ahora estamos más próximas a ti”.



Red de ciudades del Cine. Promover la cooperación entre los ayuntamientos participantes para mejorar su posición en el mercado internacional como centros receptores de producciones audiovisuales. La Red aúna los esfuerzos de dichas urbes para realizar actuaciones conjuntas, ya sean promocionales (participación en eventos como festivales de cine o mercados) o en busca de financiación.



Red de ciudades de la Música de la UNESCO. Permite que se compartan las experiencias, la capacitación profesional y la pericia técnica a escala mundial. Además facilita el refuerzo de las capacidades locales y fomenta la diversidad de la oferta de productos culturales en los mercados nacionales e internacionales, la creación de empleos y el desarrollo económico y social.



Red de ciudades “EUROCITIES”. La red nació con la voluntad de participar activamente en la construcción de la Europa unida y, para ello, actúa como interlocutor ante las instituciones europeas y participa en los procesos de decisión en los ámbitos que afecten directamente a las ciudades.



Red de ciudades “Patrimonio de la Humanidad”. Se pretende actuar conjuntamente en la defensa del Patrimonio histórico y cultural de las ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad.. El caso de Sevilla es particular ya que la ciudad entera no está declarada en sí Patrimonio de la Humanidad, pero sí tres de sus grandes representatividades: la Catedral, el Alcázar y el Archivo de Indias.

### 3.5. Promoción y comercialización del producto turístico

Sevilla posee una imagen de marca clara, consolidada y conocida a nivel internacional relacionada con elementos muy positivos como el estilo de vida particular, positiva y vitalista. Además, tiene una experiencia consolidada en la organización y gestión de grandes acontecimientos culturales, deportivos y lúdicos, de reconocido prestigio no sólo dentro de nuestras fronteras, sino también internacionalmente.

### 3.5.1. Actividades culturales

- *Bienal de flamenco*: Sevilla, capital del flamenco, acoge el festival del flamenco más importante del mundo, conocido como La Bienal. Su principal objetivo es enseñar a conocer y entender mejor el mundo de esa modalidad artística.
- *Ópera y Orquesta sinfónica*: Dos de los eventos culturales más relevantes de la capital sevillana. De reconocido y apreciado prestigio dentro y fuera de nuestras fronteras, han sido galardonados en sucesivas ocasiones.
- *Celebración de Festivales* de repercusión nacional e internacional. Entre otros, destacan los siguientes:
  - Festival de cine europeo de Sevilla.
  - Festival de música de cine.
  - Festival internacional Sevilla Entre Culturas.
  - Festival internacional de Artes de Sevilla.
  - Festival internacional de Teatro y Artes escénicas de Sevilla.
  - Festival Internacional Spoken Word, Películas.
- Lugar de encuentro para el *desarrollo de Ferias* de diferentes temáticas:
  - FAC. Feria de arte contemporáneo.
  - SIMOF. Feria internacional de moda flamenca.
  - SICAB. Salón Internacional del Caballo.
  - FMT. Feria mundial del Toro.
  - MUNARCO. Muestra nacional de artesanía cofrade.
- *Fiestas Mayores* (Semana Santa, Feria de Abril...).

### 3.5.2. Proyectos audiovisuales –Cine y publicidad–

Una de las líneas de actuación más representativas constituye el dar a conocer la ciudad al exterior atrayendo a productoras audiovisuales, es decir, haciendo de Sevilla el soporte material de los largometrajes, cortometrajes, publicidad y demás mecanismos para difundir la imagen de la capital andaluza.

En este sentido, en el año 2000 se creó Sevilla Film Office, integrándose en la Red de Andalucía Film Commission (AFC), con el propósito de promover el sector audiovisual en la ciudad y convertir a Sevilla en un plató idóneo para rodar.

La importancia del sector audiovisual para el turismo se justifica, en términos del presidente de la asociación, “porque una imagen en una película equivale a una costosa y extensa campaña publicitaria y puede ser vista por una media de 70 millones de personas”.

### 3.5.3. Promoción Conjunta

Además de los mecanismos comentados, Sevilla ha emprendido nuevas acciones conjuntas para tratar de promover e impulsar su imagen turística:

- *Programa Multiplica La Luz.* Sevilla y Huelva unen sus destinos para ofrecer al turista un paquete turístico innovador, que une por primera vez a dos provincias andaluzas para combatir así, uno de los grandes problemas de los destinos turísticos: la estacionalidad. Con ello, se pretende crear una imagen capaz de transmitir los atributos, ventajas y características de esta territorio buscando la complementariedad de ambas provincias: Playas (playas de Huelva); naturaleza (Parque nacional y natural de Doñana, y Parque natural de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche en Huelva, y Parque natural de la Sierra Norte de Sevilla); Golf (12 campos de golf en las provincias de Huelva y Sevilla) y Cultura (municipio y provincia de ambas ciudades).
- El Consorcio de Turismo de Sevilla y LANDALUZ, una de las principales empresas agroalimentarias de la región, firmaron un pacto por el que promocionar la gastronomía andaluza de manera conjunta. Con esta actuación, se pretende beneficiar la proyección y comercialización del turismo gastronómico de la capital hispalense.

### 3.5.4. Realización de material promocional

Con el objetivo de facilitar la comprensión de la practica turística, así como insistir en la promoción de la ciudad en el contexto turístico, el Ayuntamiento elabora continuamente labores de diseño y edición de Folletos, Guías turísticas y Catálogos turísticos, repartidos a través de las Oficinas de Información Turística, y otras entidades vinculadas con el sector.

## 3.6. Garantía de Calidad

La calidad constituye uno de los grandes retos de la ciudad. El avance que se ha conseguido en los últimos años ha sido significativo, pero la ciudad de Sevilla y, en general España como destino turístico, siguen siendo competitivas vía precios, cuestión que poco a poco será posible ir cambiando, siempre bajo los parámetros de calidad integral y con una especial atención a la formación en el sector.

Entre los distintivos que garantizan esta calidad turística destaca las medidas ISO o la “Q de Calidad”, cuya imposición garantiza el prestigio, diferenciación, fiabilidad y

rigor a los establecimientos turísticos certificados. Se trata de un galardón impuesta por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) en diferentes establecimientos vinculados con el sector turístico.

En Sevilla, podemos apreciar un total de 22 agencias de viaje, diez establecimientos hoteleros, una oficina de información turística y ocho restaurantes que cuentan con este distintivo (ICTE, 2009).

### **3.7. Creación del Observatorio Turístico de Sevilla**

El Ayuntamiento ha creado el Observatorio Turístico de la ciudad, lo que muestra una mayor preocupación por el análisis estadístico sectorial de índole turística.

Se realizan estudios e investigaciones respecto a la demanda, épocas del año, mercados extranjeros y nacionales, tipologías de turistas, alojamientos utilizados (comerciales según tipos y categorías y no comerciales), duración de la estancia, sistemas de comercialización utilizados, estratos de edad y status, al objeto de canalizar las demandas para su posterior oferta compatible.

### **3.8. Captación de nuevos segmentos turísticos**

- El primero de ellos es el colectivo de los *minusválidos*. Se pretende fomentar la ciudad de Sevilla como un destino turístico totalmente accesible para las personas con discapacidad física. Para ello, el ayuntamiento, en colaboración con el Consorcio de Turismo de Sevilla, ha publicado recientemente la "Guía de Turismo Accesible de Sevilla. Sevilla, para todos". Recoge establecimientos (hoteles, restaurantes, cines y teatros), parques y jardines, itinerarios, aparcamientos reservados a personas con discapacidad que dispongan de la tarjeta europea de aparcamiento y otro tipo de servicios (cruceros por el río, bus turístico, autobuses y eurotaxis) tanto accesibles como practicables, según los parámetros del Decreto de Accesibilidad de la Junta de Andalucía, indicándose por un pictograma específico aquéllos que disponen de información en Braille para ciegos.
- El segundo de los grandes segmentos sociales es el *homosexual*. El Consorcio de Turismo del Ayuntamiento ha previsto durante los últimos años la realización de diferentes actividades relacionadas con este colectivo social, entre las que destaca la creación de una "Guía de Turismo Gay" donde aparecen toda clase de instalaciones orientadas a este sector de turistas: desde alojamientos, saunas, bares de ambiente y restaurantes, hasta una relación de exposiciones y otros eventos culturales de interés.

### **3.9. Riqueza y bienestar en las visitas**

Una cuestión muy importante que también se debe tener presente en la construcción del modelo turístico urbano es el paso hacia una evaluación de la política turística

ca basada más en la capacidad de las ciudades de traducir las visitas en riqueza y bienestar, que en el simple dato cuantitativo de turistas recibidos. De esta forma, aunque la mayor parte de las actuaciones se dirigen a la atracción de turistas, es necesario trabajar de forma intensa en aspectos como la fidelización, la desestacionalización, el incremento del gasto o de la duración de la estancia, todos ellos clave para la maximización de los beneficios obtenidos de cada visita recibida.

### 3.10. Visita turística desde otras perspectivas

- *Bus Turístico "Sevilla Tour"*. Marca global que reúne a los mejores operadores de tours panorámicos alrededor del mundo bajo una imagen corporativa que asegura al viajero un paseo de calidad y excelencia en bus turístico.
- *Cruceros "Torre del Oro"*. Cuyo objetivo es permitir descubrir el río Guadalquivir en diferentes vertientes: río milenario, río romántico, el río de los conquistadores de América, etc. Con salidas cada media hora durante todo el año, permite disfrutar de las hermosas vistas que ofrece el río Guadalquivir.
- *Noria panorámica*, de la empresa británica World Tourist Attractions (WTA). Su lento desplazamiento permite la observación de la ciudad desde una perspectiva diferente, ya que es el punto más alto desde el que se puede ver toda la ciudad.

## 4. EL TRANSPORTE SEVILLANO: ACCESIBILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

---

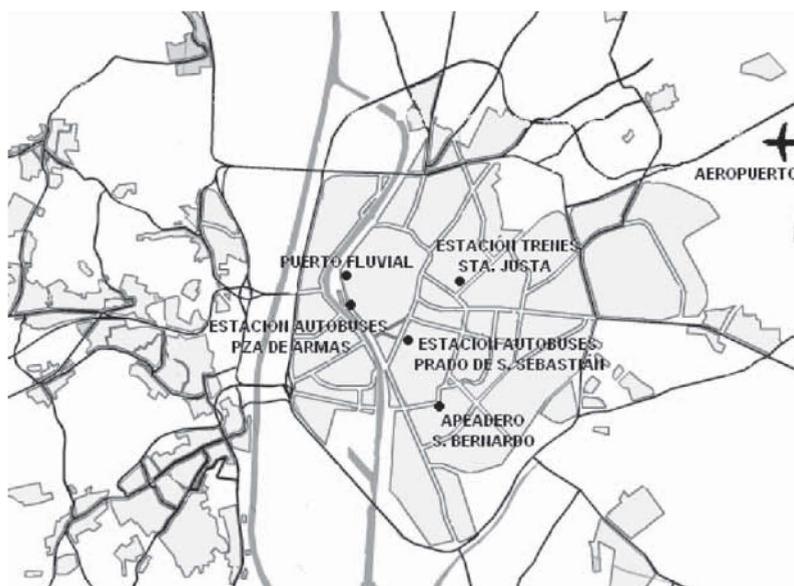
Toda ciudad que quiera conseguir un posicionamiento relevante en el turismo, debe adoptar unos niveles de accesibilidad acordes con las necesidades de la demanda. En este contexto, Sevilla, una de las grandes ciudades europeas, en la que la dimensión urbana sintoniza con las comodidades rurales, es hoy por hoy una de las ciudades mejor comunicadas de España.

Caracterizada por una accesibilidad muy variada y eficiente, Sevilla se ha convertido no sólo en un punto de destino turístico sino también en la mejor puerta de Andalucía, pues se trata de las pocas ciudades comunicadas eficientemente por tierra, mar y aire.

- *Carretera*. La red de autovías de alcance regional, así como un renovado sistema de accesos a la ciudad, con rápidas circunvalaciones, conectan con precisión todos los puntos neurálgicos de la ciudad y sus alrededores. De este modo, Sevilla se convierte en una de las ciudades españolas mejor comunicadas por carretera, disponiendo de enlaces por autopista o autovía con todas las capitales andaluzas, así como con Madrid y Portugal. Los equipamientos se completan con las estaciones de autobuses de Plaza de Armas y del Prado de San Sebastián.

- *Ferrocarril.* La construcción de una nueva red viaria ha sido fundamental para descongestionar un centro histórico completamente asfixiado por el vertiginoso crecimiento del tráfico. La estación de ferrocarriles de Santa Justa, proyectada por los arquitectos sevillanos Cruz y Ortiz, constituye un importante nudo de conexiones entre la capital andaluza y el resto de la Comunidad Autónoma, España y Europa. El sistema de Alta Velocidad está formado actualmente por dos productos: AVE y Talgo 200, que han colocado al centro de Sevilla a menos de dos horas y media del de Madrid y a tan sólo 40 minutos de Córdoba
- *Avión.* El nuevo Aeropuerto Internacional de San Pablo, obra de Rafael Moneo, está situado a tan sólo 10 Km. del centro de la ciudad. Fue especialmente diseñado para que pudiera recibir hasta ocho millones de viajeros por año y ofrece vuelos regulares con las principales capitales europeas y españolas. En los últimos años, ha experimentado un crecimiento considerable como consecuencia de la implantación de las aerolíneas de bajo coste, tales como Ryanair, Vueling y Air Berlin.
- *Barco.* El Guadalquivir dispone de un puerto de primera categoría, siendo el único interior de España. Mantiene un intenso tráfico, tanto de cruceros turísticos como de líneas regulares de mercancías. Este río acoge al único puerto fluvial de España, situado a 80 kilómetros del Atlántico y muy cerca del Mediterráneo. El auge de esta actividad y la potenciación del Muelle de las Delicias fomentan aún más la integración del Puerto en la Ciudad de Sevilla, que ve multiplicada ostensiblemente su accesibilidad.

**Figura 2. Accesibilidad a la ciudad de Sevilla.**



Fuente: Elaboración propia

Pero además de la accesibilidad, el Ayuntamiento de Sevilla sigue invirtiendo en materia de transporte, con el objeto de incorporar en la ciudad una verdadera política turística de movilidad sostenible, basada en el fomento de los transportes no motorizados (peatón y bicicleta) y del transporte público.

Con el objetivo de reducir la utilización del vehículo privado, se ha llevado a cabo la peatonalización del Centro Histórico, la pacificación del tráfico en su entorno y el desarrollo de una red de carriles bici por toda la ciudad. De acuerdo con el Plan Estratégico Sevilla 2010, cada vez se planifica más la actividad turística teniendo en cuenta no sólo objetivos económicos sino también ecológicos y medioambientales.

Cuatro son los principales proyectos vinculados con el transporte sostenible intraurbano que la ciudad ha llevado a cabo en los últimos años:

- *Microbus eléctrico*: Inaugurado hace cuatro años, facilita el transporte a los transeúntes o viandantes turísticos por el entorno de las calles peatonalizadas del centro de Sevilla. Con él, se demuestra el interés que la capital hispalense muestra por el transporte sustentable, al apostar por un transporte colectivo y menos contaminante que se preocupa por la sostenibilidad de la ciudad.
- *Metrocentro*. En busca del transporte ecológico, el ayuntamiento de Sevilla en colaboración con la Junta de Andalucía, emprendieron un tranvía eléctrico que transcurre por el centro de la ciudad. Con ello, se ha conseguido un transporte ecológico más eficaz, contribuyendo, a su vez, a la peatonalización del centro histórico.
- *Blobject. Segway Sevilla*: Con en el mismo trasfondo de la sostenibilidad que en el caso anterior, la capital apostó por una nueva forma de hacer turismo y conocer la ciudad. Bajo el eslogan “Nuevas formas de hacer ciudad” la empresa propone una experiencia única y divertida a través de un Segway (patinete eléctrico controlado fácilmente con los movimientos del cuerpo).
- *Ciclotour*: Empresa sevillana que desarrolla sus actividades en el sector del ocio y del turismo, utilizando para ello cuadríciclos y bicicletas. Cuenta con la exclusiva de venta y distribución de los cuadríciclos para España y Portugal. Su lema: “Sevilla dispone de un clima excepcional con más de 300 días de sol al año, con un terreno completamente llano, sin cuestas, perfecto para pasear en bicicleta sin esfuerzos, tranquilamente y a cualquier edad”.

## 5. CONCLUSIONES

---

El Plan Estratégico de Sevilla 2010 ha supuesto un importante paso para afrontar los grandes retos del turismo en Sevilla, pues todas estas actuaciones han permitido un gran avance en cuanto a la configuración de la ciudad como un nuevo destino turístico importante dentro del circuito internacional del turismo urbano.

El incremento de la competencia en esta modalidad es constante, ya que es de esperar que cada vez un mayor número de ciudades vayan adquiriendo una posición de relevancia en torno al turismo urbano. Es por ello por lo que se considera necesario seguir poniendo en práctica actuaciones encaminadas a la consecución de un producto competitivo y diferencial, buscando fórmulas originales que huyan de la estandarización de productos y servicios.

Su belleza, sus magníficas condiciones climatológicas, sus infraestructuras y la espléndida red de comunicaciones de que dispone, son un gran número de potencialidades por las que la ciudad debe seguir apostando en la integración de todos los recursos turísticos. Todas estas oportunidades, si la ciudad sabe aprovecharlas, permitirán adoptar unos resultados excelentes y, por consiguiente, un lugar privilegiado dentro de las grandes ciudades del turismo urbano nacional e internacional.

## BIBLIOGRAFÍA

---

AYUNTAMIENTO SEVILLA (2000): *Plan Estratégico de Sevilla*.

AYUNTAMIENTO SEVILLA (2006): *Informe Económico y Presupuestos Generales*.

COMISIÓN EUROPEA (2000): *Por un turismo urbano de calidad: La gestión integrada*.

DACHARY, A. y BURNE, S. (2004): "Globalización y Turismo ¿Dos caras de una misma moneda?", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 13 (3-4).

MARCHENA, M. y REPISO, F. (1999): "Turismo Cultural: El caso de Sevilla", *Cuadernos de Turismo*, nº 4, pp. 33-50.

PRADOS PÉREZ, E. (2001): "Turismo cultural: un segmento turístico en expansión", en Congreso virtual de Turismo Cultural ([www.naya.org.ar](http://www.naya.org.ar)).

ROMERO MORAGAS, C. (2004): "Patrimonio, Turismo y Ciudad", *Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio*, nº 9, pp. 16-21.

TRESSERRAS, J. (2005): "Patrimonio y Turismo: una alianza estratégica", en *Patrimonio, turismo y Desarrollo*, Curso de postgrados Turismo Cultural, Barcelona, Universidad de Barcelona, Tema 4, Módulo A3.

TROITIÑO VINUESA, M. A. *et al.* (1995): *Turismo, accesibilidad y medio ambiente en ciudades históricas*, Madrid, Ministerio de Obras Publicas.

## PÁGINAS WEB

[www.turismodesevilla.org](http://www.turismodesevilla.org) (Consortio)

[www.sevilla.org](http://www.sevilla.org) (Ayto)

[www.icte.es](http://www.icte.es) (ICTE)