



Plan de Acciones 2023



Este documento recoge las actuaciones de la Agencia Vasca de Turismo para este 2023 en base a dos documentos imprescindibles para la gestión del turismo vasco, como son, el plan estratégico y el plan de marketing, realizados con el objetivo de responder a los nuevos retos y tendencias que se plantean en el sector, en un destino que garantice la sostenibilidad y la calidad, y con una oferta diseñada acorde a una demanda cada vez más exigente.

Para la consecución de este objetivo, BASQUETOURL, con un presupuesto de 9,6 millones (+4,7%), destinará la mitad al marketing turístico (+14%), un esfuerzo que busca reforzar la promoción y la comercialización en mercados internacionales de larga distancia, los que más han sufrido tras la pandemia: Brasil, Argentina, EE.UU y Japón. Especialmente trabajaremos este mercado a través de la iniciativa Grupo Motor Japón en el que participan varios departamentos del gobierno. Además, volveremos a organizar el denominado "Meet Basque Country", un encuentro de agencias y turoperadores de todo el mundo en Euskadi, para consolidarla como una actividad estructural de carácter bianual.

Otra de nuestras apuestas clave es la Inteligencia Turística. Las capitales ya están implementando diferen-

tes programas de DTI y en 2022 ya se desarrollaron, de forma pionera, en las comarcas de Rioja Alavesa, Goierri y Uribe. En 2023 ampliaremos en al menos 5 comarcas más el desarrollo de estos programas.

Asimismo, desde el Observatorio, trabajaremos en varias áreas de investigación: la industria turística de Euskadi, la demanda en destino, origen y online; y la sociedad vasca, para proporcionar conocimiento sobre el destino a los y las profesionales a través de herramientas fiables para la planificación, la toma de decisiones y la medición del impacto de los resultados.

Participaremos también en las apuestas estratégicas en materia de conectividad que vayan alineadas con la estrategia promocional de los mercados objetivos y en colaboración con otras entidades.

Y reforzaremos la colaboración interinstitucional y público-privada, buscando la eficiencia y el fortalecimiento del destino y de la industria turística vasca.

Todo un reto que abordamos con ilusión.

Un cordial saludo,

DANIEL SOLANA

Director de Basquetour-Agencia Vasca de Turismo

**BASQUE
TOUR**
turismoaren
euskal agentzia
agencia vasca
de turismo



EUSKADI
BASQUE COUNTRY

ÍNDICE

GOBERNANZA 04

1. Coordinación de las estrategias turísticas vascas: una demanda del sector 05
2. Consolidación de acuerdos sectoriales estratégicos y participación en redes 06

COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA Y DESARROLLO TERRITORIAL 07

1. Red Vasca de Turismo- SARETOUR 08
2. Fomento de la colaboración interempresarial, interinstitucional y público-privada 08

DESTINO COMPETITIVO, ÉTICO E INTELIGENTE 09

1. Código Ético del Turismo de Euskadi 10
2. Destinos Turísticos Inteligentes 11
3. Empresa Turística Inteligente 12
4. Formación 12

CONECTIVIDAD Y MOVILIDAD TURÍSTICA DE EUSKADI 13

1. Estadística 14
2. Promoción 14

OBSERVATORIO TURISTICO DE EUSKADI 15

1. Industria turística de Euskadi 16
2. Demanda Turística en Destino, Origen y Online 16
3. Sociedad Vasca 17
4. Sistema de Inteligencia Turística 17

MARKETING 18

1. Organización de la oferta en base a productos turísticos prioritarios 19
2. Trade y al sector profesional 26
3. Público final 28
4. Agencias de representación 29
5. Alianzas y relaciones comerciales 29
6. Eventos estratégicos 29
7. Redes de producto 29

COMUNICACIÓN 31

1. Comunicación corporativa 32
2. Comunicación del destino Euskadi-Basque Country y de sus productos turísticos 32

SERVICIOS CORPORATIVOS 33

1. Plan de euskera 34
2. Plan de igualdad 34

1

GOBERNANZA

- Apoyar a las empresas de la cadena de valor del turismo vasco.
- Fomentar la colaboración interempresarial, interinstitucional y público-privada.

ESG
Environmental · Social · Governance





01

Coordinación de las estrategias turísticas vascas: una demanda del sector

Objetivo

Obtener una inversión más eficiente, llegar con más fuerza al mercado y coordinar la participación del sector.

Acciones

1.1. Mesas, foros y encuentros de trabajo

Continuar con las reuniones con asociaciones de empresas y entidades públicas para contrastar con los distintos planes de acción y poner en común estrategias, datos de inteligencia turística y necesidades empresariales.

1.2 Participación en planes estratégicos de turismo

Continuar con la labor de colaboración, de apoyo y asesoramiento en los planes directores y estrategias de los distintos destinos vascos.

1.3. Ayudas y proyectos europeos

Objetivo: Apoyar en la gestión de los fondos europeos *Next Generation* UE destinados a paliar los daños económicos y sociales causados por la pandemia de la COVID-19.

1.3.1 Proyecto NEXTEUSBCTI:

La propuesta de proyecto "*Euskadi Basque Country Tourism Intelligence*" consiste en la generación de un ecosistema turístico inteligente basado en la innovación y la digitalización, en conjunción con:

- la metodología Destino Turístico Inteligente (DTI)
- el modelo Empresa Turística Inteligente (ETI)
- y el Sistema de Inteligencia Turística (SIT Euskadi)

1.3.2 Proyecto PASTD (Planes Autonómicos de Sostenibilidad Turística en Destino):

Se definen anualmente con la participación de las entidades locales y, en el caso de Euskadi, mediante un proceso definido por el Gobierno Vasco.

Los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino tienen el objetivo de avanzar en la transformación de los destinos turísticos hacia un modelo basado en la sostenibilidad, de acuerdo a la definición de turismo sostenible de la OMT: "un modelo que tiene plenamente en cuenta sus efectos económicos, sociales y ambientales, actuales y futuros, y que responde a las necesidades de los visitantes, de la industria, del medio ambiente y de las comunidades de acogida".

1.3.3 Proyectos ZAP (Zonas de Atención Prioritaria):

El plan de impulso y valorización de activos turísticos de las Zonas de Actuación Preferente (ZAP) busca la reactivación económica y del empleo a través de proyectos tractores turísticos. Los proyectos se realizarán con la aportación extraordinaria de 6,5 millones del programa "*Berpiztu*" del Gobierno Vasco para desarrollar actuaciones turísticas en diferentes municipios y comarcas.

1.3.4. Ayudas PRTR / Proyecto Experiencias

Euskadi a través de Basquetour realizará propuestas para participar dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia a través de la creación y consolidación de Experiencias Turismo España que permitan diversificar y desestacionalizar la oferta turística.

El objeto de estas ayudas es impulsar proyectos de redes de actores que desarrollen experiencias turísticas sostenibles, digitales, integradoras y competitivas en España, al menos, en tres comunidades autónomas, enmarcados en alguna de las siguientes líneas de trabajo: INNOVA, INTEGRA, COMUNICA.

02

Consolidación de acuerdos estratégicos, alianzas, participación en redes...



2.1. Participación en redes y grupos de trabajo

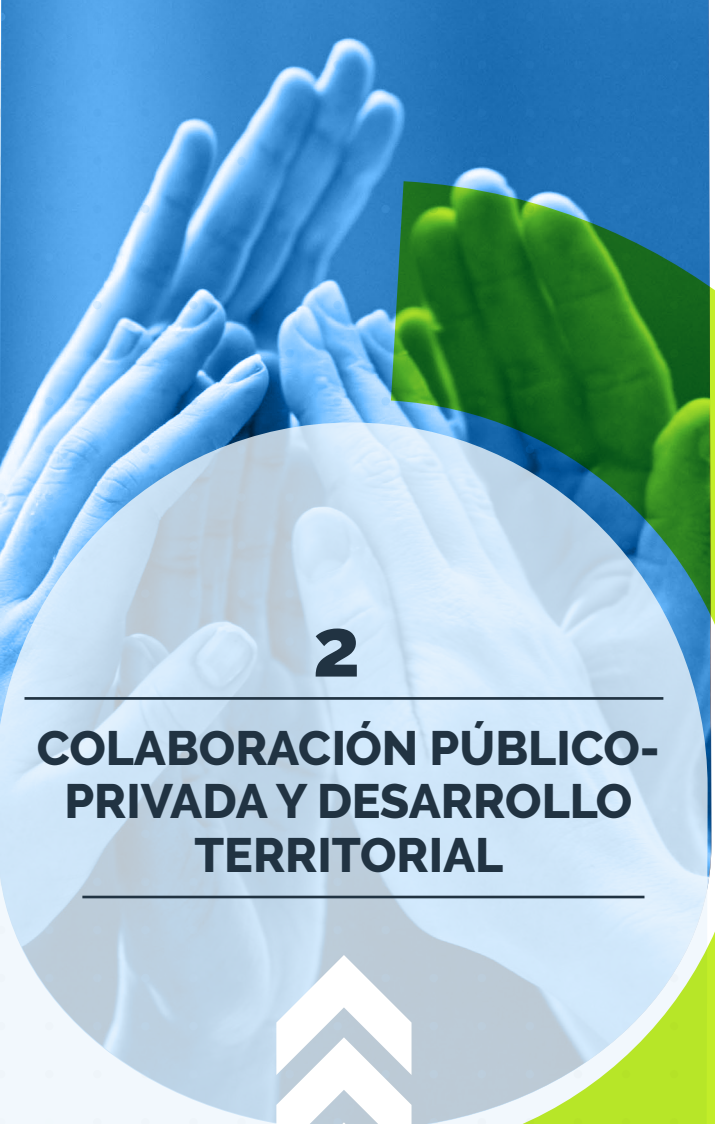
2.1.1 Grupos y redes de ámbito estatal

- **SETUR**, Secretaría de Estado de Turismo, dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España.
- **SEGITTUR**, Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y de las Tecnologías Turísticas, medio para impulsar la innovación y la tecnología en el sector turístico español.
- Grupo de **turismo sostenible** de las CC.AA.
- Red Española de Destinos Turísticos Inteligentes.
- **ICTE**, Instituto de Calidad Turística. Basquetour actúa como delegación y punto de enlace entre el ICTE y las entidades vascas.
- **EUSKALIT**, grupo de organizaciones constituido como fundación, propiciada por el Gobierno Vasco, para promover la Gestión Avanzada.
- **INNOBASQUE**, Agencia Vasca de Innovación, para la coordinación e impulso del Sistema Vasco de Ciencia, Tecnología e Innovación.
- **GTCT**, Grupo Trabajo de Calidad Turística del Estado, donde participan todas las CCAA.
- Comité Interdestinos, para la gestión del Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (**SICTED**).
- **España Verde**.
- **Asociación de ecoturismo de España**.
- Federación española de familias numerosas (**turismo familiar**).
- Federación española de **Vías Verdes**.
- Mesas de trabajo del Vasco Navarro, del Camino Ignaciano y del Camino de Santiago.

2.1.2 Grupos y redes de ámbito internacional

- Grupo de turismo de la **Comisión Arco Atlántico**.
- **OMT**, Organización Mundial de Turismo: miembros afiliados de la OMT y miembro de la Junta Directiva de Afiliados de la OMT en el periodo 2022-2025.
- **Comité de Ética Mundial del Turismo** en el periodo 2022-2025.
- Participación en **grupos de normalización y certificación**: CTN 178: SC 5 Destinos Inteligentes, *WG 13 Sustainable Tourism + TC 228 Plenary Meeting*, *WG 14 Accesible Tourism+ TC 228 Plenary Meeting*.
- **Red NECSTouR**, Red de Regiones Europeas para un turismo sostenible y competitivo, para detectar y proporcionar al sector proyectos transnacionales.
- **Red ECOTRANS**, Red Europea de Desarrollo de un Turismo Sostenible para detectar y proporcionar al sector proyectos transnacionales.
- **Red DTI**, Red Española de Destinos Turísticos Inteligentes para detectar y proporcionar al sector proyectos nacionales.
- **ERIH** Ruta Europea del Patrimonio Industrial.
- Asociación Europea de **Vías Verdes**.
- Proyecto Europeo **GATURI** (turismo gastronómico).
- Red de Ecoturismo Costero **Wildsea Europe**.

2.2. Acuerdos con asociaciones empresariales y entidades público-privadas para reforzar su papel como interlocutores estratégicos.



2

**COLABORACIÓN PÚBLICO-
PRIVADA Y DESARROLLO
TERRITORIAL**





01

Red vasca de turismo (Saretour)

Objetivo

Fortalecimiento y ayuda al tejido empresarial vasco y fomento de la colaboración interempresarial, interinstitucional y público – privada.

Acciones

1.1 Konekta Euskadi

Desarrollar este lugar común donde las empresas y las entidades turísticas se encuentran y comparten iniciativas, encuentros y foros de gobernanza del ecosistema turístico vasco.

1.2 Foros de conocimiento, colaboración e inspiración

Generación de contenidos, encuentros y materiales de utilidad para el sector turístico: casos de buenas prácticas, webinars, encuentros, speed meetings, fichas y pildoras informativas, y materiales de interés.

1.3 Nueva web

Nueva página web, adecuada a las necesidades de las empresas socias, más dinámica, útil y ágil.

1.4

Acompañamiento, dinamización y asesoramiento a proyectos colaborativos turísticos, y atención a iniciativas empresariales de interés.

1.5 Foros de empresas turísticas vascas

Encuentros de empresas, asociaciones y entes de gestión turística, con distintos hitos a lo largo del año, para sentar las bases de un *market place* turístico y foro de



02

Fomento de la colaboración interempresarial, interinstitucional y público-privada

Objetivo

Obtener una inversión más eficiente, mejorar los modelos de gobernanza actuales y coordinar la participación del sector en ellos.

Acciones

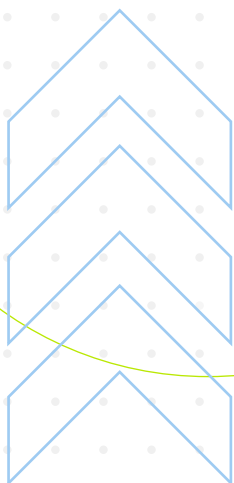
2.1. Reuniones operativas de los distintos foros y mesas sectoriales e interinstitucionales para confrontar los distintos planes y poner en común y contrastar con el sector estrategias, datos de inteligencia y necesidades empresariales.

2.2 Radiografía del sector turístico vasco: documento que recoge el "estado de ánimo turístico" del sector, recogido a lo largo de todo el año, y en sucesivos capítulos, a través de la Red Vasca de Turismo y foro de intercambio conjunto.



3

**DESTINO
COMPETITIVO, ÉTICO
E INTELIGENTE**



Objetivos

- Ser un destino sostenible, seguro y responsable.
- Disponer de un sistema de inteligencia turística de primer nivel para la toma de decisiones.
- Optimización del desarrollo territorial turístico.
- Mejorar la competitividad del sector y acompañar a las empresas en su desarrollo.

01

Código ético del turismo de Euskadi

Contribuir en el cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

Acciones

1.1 Implantación del programa del código ético en entidades público-privadas:

- En la fase de lanzamiento, apoyo a las entidades participantes en el proyecto y en la generación de material de soporte.

1.2 Formación:

- Oferta continuada de formaciones para lograr que las entidades avancen en la consecución de los 8 principios del Código Ético.

1.3 Consolidación del Comité de Ética de Turismo de Euskadi:

- El comité recabará información para la mejora continua del Código Ético y validará que las entidades participantes lo han implantado correctamente.

1.4 Inscripción en el Registro de Ética del Turismo de Euskadi:

- Las entidades validadas en el Comité de Ética serán inscritas en el Registro del Turismo de Euskadi para su promoción en aquellas iniciativas dirigidas al fomento de un turismo sostenible y responsable.

1.5 Reconocimiento:

- Acto de reconocimiento a las entidades participantes en el proyecto.

1.6 Campaña promocional:

- Campaña divulgativa del código, de sus principios, y de los valores que representa.
- Lanzamiento de la landing promocional del proyecto.

1.7 Promover la "Guía del Turista Responsable"

- Difusión de la "Guía del Turista Responsable" a las entidades turísticas y visitantes para que el turismo de Euskadi sea responsable, según se promueve en el Código Ético.



Leer Código Ético >



02

Destinos turísticos inteligentes

Objetivo:

Bajo los principios del Código Ético, hacer de Euskadi un destino turístico inteligente y revalorizado a través de la innovación y la tecnología, promoviendo una visión integradora, accesible, inclusiva y sostenible desde el punto de vista económico, social, cultural y medioambiental.

2.1 Proyecto Destino Turístico Inteligente:

Objetivo:

Aplicar la metodología Destino Turístico Inteligente (DTI) desarrollada por SEGITTUR (Ministerio de Turismo). Diagnostica el grado de innovación de un destino, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza un desarrollo sostenible y accesible del territorio turístico. Facilita la interacción e integración del visitante con el entorno, incrementa la calidad de su experiencia y mejora la calidad de vida de las personas residentes.

Acciones:

- Extensión del modelo DTI a 5 destinos nuevos: Bidasoa, Bilbao, Debagoiena, Getxo y Valles Alaveses.
- Seguimiento del Plan de Acción de destinos adheridos al modelo DTI a través de acuerdos de colaboración con las entidades público-privadas de cada destino: Goierri (Goitur), Rioja Alavesa (Ruta del Vino de Rioja Alavesa) y Uribe (Jataondo).

- Seguimiento a destinos DTI en fase de renovación: San Sebastián (en colaboración con San Sebastián Turismo), Vitoria-Gasteiz (en colaboración con el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz).
- Formación de agentes colaboradores para la implantación del modelo y metodología DTI.
- Colaboración con SEGITTUR en el diseño y desarrollo de las herramientas necesarias para la extensión del modelo DTI en Euskadi.
- Apoyo en las acciones de transformación digital y modernización de las entidades locales Red DTI.
- Participar activamente en la Red DTI con el fin de obtener la máxima colaboración con el resto de destinos del Estado y fomentar la participación de los destinos turísticos inteligentes vascos en dicha red.



03

Empresa turística inteligente

Objetivo

Dotar al sector turístico vasco de un modelo, bajo los principios del Código Ético, que transforme a las empresas turísticas en empresas turísticas innovadoras, tecnológicamente avanzadas, que contribuyan al desarrollo sostenible, accesible y responsable del territorio turístico y mejoren la experiencia del turista en el destino.

Acciones

3.1 Proyecto Empresa Turística Inteligente (ETI):

- Diseño y desarrollo de un nuevo modelo de reconocimiento Empresa Turística Inteligente (ETI) basado en la transformación del proyecto SICTED hacia un sistema integral, en colaboración con el Ministerio de Turismo.
- Diseño y desarrollo de un nuevo modelo certificable Empresa Turística Inteligente, en colaboración con AENOR.

3.2 Proyecto de sostenibilidad ambiental y eficiencia energética:

- Colaboración con IHOBE (Sociedad Pública de Gestión Ambiental) y el EVE (Ente Vasco de la Energía) para certificar a las empresas turísticas vascas en la Etiqueta Ecológica Europea (ECOLABEL) y para la emisión y registro del Certificado de Eficiencia Energética.



04

Formación

Favorecer la profesionalización del sector turístico vasco mediante la oferta formativa reglada y no reglada.

Acciones

4.1 Desarrollo de acciones formativas tanto on-line como presencial:

- Accesibilidad: en las cinco diversidades funcionales, contempladas en el modelo vasco de accesibilidad.
- Competencias Digitales: en colaboración con SPRI y la Secretaría de Estado Turismo.
- Gestión
- Innovación
- Sostenibilidad
- Producto

4.2 Actualización de la oferta formativa no reglada:

- Elaboración de un calendario actualizado con toda la oferta dirigido a las entidades turísticas de Euskadi.

4.3 Actualización de la oferta formativa reglada:

- Se actualizará el diagnóstico de la oferta formativa turística de Euskadi con objeto de favorecer la obtención de certificados profesionales.

4

**CONECTIVIDAD Y
MOVILIDAD TURÍSTICA
DE EUSKADI**





Participar en la mesa o foro establecido donde se pongan en común las necesidades del destino y las apuestas estratégicas en materia de conectividad que vayan alineadas con la estrategia promocional de los mercados objetivos.

Acciones

01

Estadística

- Estudios conjuntos junto al Departamento de Transportes del Gobierno Vasco y las diputaciones forales para la mejora del conocimiento del acceso al destino y el movimiento dentro del mismo de quienes nos visitan.

02

Promoción

- Colaboración en materia promocional para incrementar la visibilidad del destino en los puntos de decisión críticos.
- Apoyo a las sociedades de promoción en acciones promocionales con enfoque turístico para potenciar las rutas existentes o captar rutas no existentes.





5

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE EUSKADI

Diseñar e implementar proyectos de investigación para proporcionar conocimiento sobre el destino a los y las profesionales a través de herramientas fiables para la planificación, la toma de decisiones y la medición del impacto de los resultados.

Para el año 2023 el Observatorio Turístico de Euskadi tiene previsto trabajar en las siguientes áreas de investigación:

02

Demanda turística en destino, origen y online

Objetivos

- Identificar, caracterizar y analizar el perfil y comportamiento de quienes nos visitan y quienes podrían hacerlo.
- Identificar y analizar la movilidad en destino.
- Identificar y analizar el posicionamiento y la notoriedad de Euskadi.

Acciones

Demanda en destino.

1. Desarrollar una nueva edición de la operación "IBILTUR" para el año 2023. IBILTUR es una operación de carácter bienal. Esta operación está incluida dentro de las operaciones oficiales del Plan Vasco de Estadística del Gobierno Vasco.
2. Diseñar y desarrollar un proyecto de medición de la movilidad de los flujos turísticos en el territorio.
3. Identificar, recopilar, analizar y desarrollar indicadores de la demanda en destino para Euskadi a través de fuentes de información secundarias.

Demanda online.

1. Continuar con la monitorización de la demanda turística en los canales online para conocer la reputación online de Euskadi a través del análisis de contenidos y comentarios emitidos antes, durante y después de la visita turística.
2. Identificar, recopilar, analizar y desarrollar indicadores de la demanda online para Euskadi a través de fuentes de información secundarias.

Demanda en origen.

1. Desarrollar una nueva edición del estudio de marca de destino y de conocimiento de los hábitos de viajes en los mercados emisores. En esta operación se recoge información sobre el posicionamiento y notoriedad del destino Euskadi, la percepción de sus atributos y del conocimiento que tienen sobre nuestra marca y cómo la valoran. Asimismo, se analizan los principales aspectos económicos, sociales, sus hábitos de viaje y su intención de viajar a Euskadi.
2. Identificar, recopilar, analizar y desarrollar indicadores de la demanda en origen para Euskadi a través de fuentes de información secundarias.



01

Industria Turística de Euskadi

Objetivo

Identificar, caracterizar y diagnosticar la situación actual y futura del tejido empresarial turístico vasco.

Acciones

- Desarrollar una nueva edición de la operación anual "Barómetro de la industria turística de Euskadi" para el año 2023. A través de una operación propia disponer de una actualización de los datos sobre el balance del año 2023 y las expectativas para el año 2024 de las empresas del sector, y desarrollar los indicadores sectoriales correspondientes. Esta operación está incluida dentro de las operaciones oficiales del Plan Vasco de Estadística del Gobierno Vasco.
- Dar continuidad y actualizar la monitorización de la reputación online de las empresas que forman parte de los clubes de producto turístico de Euskadi.
- Identificar, recopilar, analizar y desarrollar indicadores sectoriales para Euskadi a través de fuentes de información secundarias.



03

Sociedad vasca

Objetivo

Identificar, caracterizar y diagnosticar el impacto de la actividad turística en la población residente en Euskadi.

Acciones

- Desarrollar una nueva edición de la operación "Percepción de la sociedad vasca sobre el turismo" para el año 2023. Para ser un destino sostenible es necesario conocer el impacto que la actividad turística está teniendo en la población residente en Euskadi y analizar cómo convive con su día a día.
- Identificar, recopilar, analizar y desarrollar indicadores para Euskadi a través de fuentes de información secundarias.



04

Sistema de Inteligencia Turística

Toda la producción de datos que realiza el Observatorio Turístico de Euskadi se integra dentro del SIT Euskadi, el Sistema de Inteligencia Turística, que en el año 2023 tiene previsto desarrollar las siguientes acciones:

- Integrar nuevas fuentes de información.
- Mejorar la analítica y visualización dinámica de los paneles de datos publicados.
- Mantener y actualizar los datos de todos los paneles.

Otras acciones previstas son:

- Revisar, diseñar y desarrollar otros modelos de medición.
- Buscar, revisar y analizar otras fuentes de información.
- Aplicar a la realidad turística de Euskadi las operaciones impulsadas por otros organismos.



¿Dónde encontrar toda la información del Observatorio Turístico de Euskadi?

Observatorio Vasco del Turismo - Euskadi.eus



6

MARKETING



01

Organización de la oferta turística en base a productos turísticos prioritarios



Objetivo

Elaborar de forma eficaz planes de producto en función de la demanda, la calidad de la oferta y las estrategias y objetivos marcados, priorizando y segmentando para destinar de forma eficiente los recursos destinados a ellos.

Euskadi Gastronomika

Objetivos:

- Nuestros valores, nuestra diferencia: difundir los "valores de *Euskadi Gastronomika*" para posicionarlos en el epicentro del desarrollo del turismo gastronómico, con el objetivo, por un lado, de difundir una metodología de trabajo basada en unos principios de valor y, por el otro, para mantener el liderazgo de Euskadi como uno de los destinos gastronómicos de referencia a nivel internacional.
- Un retorno real: generar valor y retorno para las empresas y agentes integrantes en la red.
- Una comunicación de valor: crear y comunicar contenidos de valor en canales y formatos nuevos. Explicar lo que no se sabe y contar lo que se sabe de un modo nuevo.
- La gastronomía en el centro: incrementar la promoción en foros y eventos de interés en especial en mercados internacionales.

Acciones:

Gobernanza:

- Lanzamiento de la "Carta de Valores de *Euskadi Gastronomika*".
- Difundir e implementar la nueva metodología de participación de la red *Euskadi Gastronomika*.
- Implementar el acceso digital a la red *Euskadi Gastronomika*.
- Renovar y actualizar el compromiso de las empresas integrantes de la red EG.
- Incorporar nuevas empresas en la red EG.
- Propiciar e impulsar alianzas con redes y agentes estratégicos para la red EG.
- Posicionamiento de la marca en eventos relevantes de diferentes disciplinas.
- Generar oferta, acciones y experiencias en función de segmentos específicos, centrándonos este año en el turismo de familias. →

- Formación: desarrollo de un “*pack ongi etorri*” y un “plan de mejora continua” para las empresas de la red.
- Formación especializada en colaboración con el *Basque Culinary Center*.
- Formación a la red ITOURBASK y principales alojamientos sobre la nueva web de EG para la recomendación a clientes y para el uso del blog de actualidad y el apartado de experiencias.
- Creación y lanzamiento de un canal de comunicación con contenidos de valor en torno a nuestra cultura en general y la cultura gastronómica en particular.
- Generación de nuevos contenidos con formatos más actuales y novedosos.
- Lanzamiento y posicionamiento de la nueva web 2.0 *Euskadi Gastronomika*.
- Posicionamiento del blog y las redes sociales de EG. Desarrollo de labores de SEO, SEM y campañas para mejorar el posicionamiento de la web y las redes sociales de *Euskadi Gastronomika*.

Promoción y Comercialización:

- Promocionar *Euskadi Gastronomika* en foros, redes y encuentros profesionales.
- Promoción de los valores de *Euskadi Gastronomika* mediante la creación y difusión de una exposición itinerante “El mundo pintado en 4 colores”.
- Participación en encuentros y eventos turísticos con componente gastronómico para promocionar *Euskadi Gastronomika*.
- Diseño y organización de eventos de promoción en mercados de interés para mejorar el reconocimiento de la marca y promocionar las empresas y Euskadi en general.
- Actualizar los soportes promocionales actuales.
- Crear nuevos soportes divulgativos para públicos segmentados.
- Fomentar la comercialización y el *networking* entre las empresas participantes en la red, para conformar una oferta atractiva y competitiva.

The Basque Route

Este proyecto trata de ofrecer una alternativa para recorrer Euskadi de una forma sostenible a través de los paisajes y recursos más seductores. Para ello, se proponen 8 tramos diferentes que recorren los principales atractivos o recursos turísticos de Euskadi.

Objetivos:

- Ofrecer una alternativa para descentralizar o distribuir los flujos turísticos a lo largo y ancho del territorio vasco. Además, se pretende tanto prolongar la estancia de las y de los visitantes como aumentar el gasto medio en destino.
- Articular y mantener un inventario actualizado de los principales recursos y productos turísticos presentes en el territorio.
- Colocar en el imaginario de quienes nos visitan el proyecto “*The Basque Route*”.
- Continuar dando pasos en el ámbito de la sostenibilidad.
- Generar una oferta lo suficientemente consistente, heterogénea y atractiva para que se convierta en el producto aglutinador de toda la oferta turística de Euskadi.

Acciones:

Gobernanza:

- Análisis y desarrollo del segmento turismo de motocicleta en “*The Basque Route*”.
- Análisis y desarrollo del segmento del turismo de autocaravanas en “*The Basque Route*”.
- Análisis y desarrollo de segmento cicloturismo de carretera en “*The Basque Route*”.
- Mantener y consolidar “*The e-Basque Route*”.
- Análisis y desarrollo de rutas temáticas entorno a los demás productos: Costa Vasca, Ecoturismo, Turismo Industrial, Gastronomía...
- Consolidación de alianzas y/o colaboraciones con agentes/marcas del ámbito de la movilidad.
- Sensibilización, socialización, pedagogía y capacitación de la marca “*The Basque Route*”.
- Revisión del inventario actual de atractivos turísticos de Euskadi.
- Análisis y desarrollo del futuro Mapa de Recursos turísticos de Euskadi. →

Promoción:

- Actualización y mejora de la web thebasqueroute.eus como elemento clave para la promoción del producto. Desarrollo y actualización de soportes de comunicación y promoción. Digitalización de recursos turísticos.
- Plan de medios específico para la promoción del producto.
- Búsqueda de alianzas con diferentes entidades públicas y privadas para la socialización y difusión de la marca.

Comercialización:

- Presentaciones de producto en mercados que se definan dentro del plan de marketing.
- Desarrollo de *Fam Trips* a través del "Meet Basque Country".

MICE

Euskadi como destino de excelencia para la celebración de congresos, convenciones, jornadas o incentivos: un producto con un gran impacto económico.

Objetivos:

- Fomentar la recuperación del sector y seguir apostando de forma coordinada por acciones promocionales que contribuyan a dar visibilidad a nuestros *convention bureaux* y a nuestras empresas.

Acciones:

- Desarrollo de estudios (Ibiltur MICE) que mejoren y apoyen la toma de decisiones a los agentes vascos para la mejora de la oferta de cara a la captación de eventos.
- Desarrollo de jornadas que mejoren la capacitación de nuestras empresas mediante buenas prácticas y fomenten el networking para la mejora del servicios y generación de una oferta más atractiva (*Let's MICE*).
- Apoyo a la asociación de OPC (organizadores de congresos) de Euskadi.
- Actualización de la web *Basque events* e incrementar su visibilidad mediante campañas a través de canales profesionales, para lograr dar mayor visibilidad a las empresas que conforman el segmento.

BASQUETOUR: Organiza tu evento

www.basque-events.com



- Feria IBTM (Barcelona): presencia como destino en la feria referente a nivel europeo en el segmento MICE de la mano de los 3 *convention bureaux* y las empresas del sector.

Costa Vasca

Un plan director pionero y más de 10 años de cooperación público-privada.

Objetivos:

Desde la cooperación público-privada y atendiendo la demanda actual, estimular, organizar y promocionar una oferta turística basada en la diferenciación, y en favorecer la desestacionalización de los flujos turísticos.

Acciones:

1. Cultura de mar:

- Impulsar de manera coordinada y consensuada junto la mesa de agentes públicos, la oferta turística relacionada con el patrimonio marítimo y la actividad pesquera.

2. Turismo náutico:

- Presencia en ferias náuticas de referencia, locales (Ababor) y externas (Archachon-mayo-, La Rochelle -septiembre-...) en colaboración con el sector (mesa náutica y Aktiba) y con EKP y Puertos de Gobierno Vasco.
- Seguimiento y apoyo a la implementación de proyectos suprarregionales de promoción y comercialización del turismo náutico: cruceros costeros...
- Apoyo y colaboración con ANEN en el desarrollo de su Congreso anual (San Sebastián, marzo) y otras acciones para la promoción del turismo náutico en el Cantábrico: *Sail the Way*...
- Promoción: acción en redes con motivo del **#europeanmaritimeday**.

Acciones:

Gobernanza: dinamización de la mesa de representantes del *"Surfing Euskadi"* para poder acometer acciones de desarrollo y promoción de la oferta junto con la implicación del sector surf y la colaboración con otros agentes de interés (alojamientos, agencias, museos...)

Marketing:

- Rediseño Desplegable *"Surfing Euskadi"*.
- Actualización plan de comercialización del club para el *"Meet Euskadi"* de Octubre.
- Acción de promoción en Alemania.
- Acción RRSS en mercado estatal.
- Día internacional de surf: oferta surf adaptado.
- Colaboraciones y patrocinios en eventos.

4. Museos de la costa vasca:

En el 10º aniversario de esta Red de agentes culturales:

Acciones:

- Diseño y desarrollo de la edición 10º aniversario del mes de los museos de la costa vasca.
- Mejorar la presencia y la promoción online de la Red de Museos de la Costa y los 40 centros que lo conforman: dinamización de la nueva web, contenidos para RRSS...



Naturaleza: ecoturismo, senderismo, cicloturismo

Objetivos:

- Trabajar con las empresas para mejorar la oferta y alinearla con la demanda.
- Potenciar la promoción para visibilizar los recursos que hay disponibles en el destino y los servicios de las empresas, segmentándolo en tres ejes: ecoturismo, cicloturismo y senderismo.
- Consolidación de alianzas y/o colaboraciones con agentes/marcas del ámbito de la Naturaleza: ecoturismo, senderismo, cicloturismo.

Acciones:

1. Ecoturismo:

Gestión:

- VI Foro de Ecoturismo de Euskadi (26 de enero).
- Convenio de colaboración con la Asociación y Club de ecoturismo de España.
- Proyecto corredor de ecoturismo de la "España Verde" 2023.
- Red de Ecoturismo de Euskadi. Mesa de trabajo.
- Adhesión de empresas certificadas al Club de Ecoturismo de España.
 - *Acto de entrega de diplomas.*
 - *Colaboración para la implementación de nuevos espacios certificados de Álava en el sistema de reconocimiento de RED Natura 2000.*

Marketing:

- Plan de promoción *online* y *offline* en medios especializados.
- Ferias especializadas de sector: *Delta bird Festival*.
- Actualización de la Guía de naturaleza 2023.
- Edición de video promocional de los espacios de la red de ecoturismo de Euskadi.

2. Cicloturismo:

Gestión:

- II Foro de cicloturismo de Euskadi (mayo).
- Desplegar la estrategia diseñada para cada uno de los segmentos identificados (recreativo y deportivo).
- Acciones formativas al sector para lograr su profesionalización para atender a cicloturistas.
- Convenio de colaboración con la Fundación de ferrocarriles de España.
- III Jornadas de Vías Verdes de Euskadi (febrero).
- Colaboración con destinos para su adecuación al cicloturismo (Urdaibai, Gorbeia, Enkarterones, Rioja Alavesa...etc).

Marketing:

- Plan de promoción *online* y *off line* en medios especializados.
- Elaboración del primer soporte promocional de ciclismo de carretera de Euskadi, que incluya:
 - *The basque route by bike.*
 - *Dos rutas por capital + Eibar.*
- Elaboración de un soporte promocional del *Tour de France* en Euskadi.
- Colaboración con ORBEA como *cobranding Euskadi Basque Country-ORBEA*.
- Colaboración con STRAVA como *cobranding Euskadi Basque Country-STRAVA*.
- "*Meet Basque Country*": Desarrollar un programa para atraer a agencias especializadas en el cicloturismo.
- Presentación de la nueva guía de cicloturismo de Euskadi.
- Reconversión de la gran ruta de la Llanada Alavesa en ruta gravel.
- Diseño de nuevas rutas cicloturistas temáticas: Ruta del románico, Ruta de los dólmenes, Ruta de las Casas Torre, Ruta de la Batalla de Vitoria...
- Prueba piloto para la promoción en redes especializadas para el público del cicloturismo: Strava, Kommot...etc.
- Colaboración con la DFB y Bilbao Ekintza en el desarrollo de contenidos y acciones promocionales dentro del contexto del Tour de Francia 2023.
- Elaboración de material promocional referido a las vías verdes de Arditurri y montes del Hierro.
→





3. Senderismo:

Gestión:

- Realizar un análisis del estado de situación del sendero del Litoral.

Marketing:

- Plan de promoción *online* y *off line* en medios especializados
- Acudir a ferias especializadas del sector.
- Actualización de la Guía de Euskadi a pie de Euskadi.
- Video promocional con el periodista Paco Nadal del sendero GR 283.

Turismo industrial

Objetivo:

Visibilizar la historia y pasado industrial vasco a través de la visita a recursos patrimoniales industriales.

Acciones:

- Organización de la asamblea y conferencia anual de la ERIH 2023 en Euskadi. (octubre)
- Soporte a los 34 recursos actuales de la Red Vasca de Turismo Industrial en el marco de la Red Europea ERIH de la que Euskadi forma parte desde 2019.
- Evaluación e Integración de nuevos recursos en la Red.
- Coordinación de los proyectos ZAP (Zonas de Atención Prioritarias), principalmente de Ezkerraldea-Meatzaldea.
- Diseño de nuevos soportes promocionales (marca, web, *displays*, banco multimedia).
- Acciones de promoción y familiarización.

Turismo familiar

Objetivos:

- Por parte de la oferta, posicionar al destino y las empresas del club bajo un marco de especialización adaptado a las necesidades de las familias (segundo segmento con mayor peso en la demanda actual de Euskadi con un 23%).
- Dar visibilidad a nivel promocional, tanto a las empresas como a los microdestinos, en los mercados principales.

Acciones:

Gestión:

- Integración de nuevas empresas: Especial atención a las capitales y comarcas con menos oferta.
- Revisión y actualización de pertenencia al club: Análisis de cumplimiento de requisitos y de calidad de las empresas basado en informe *IRON*.
- Asesoramiento técnico.
- Mesas de Turismo Familiar: 2 anuales.
- Dinamización de Jornadas técnicas de producto.
- Análisis Informe Turismo Familiar DNA.
- II Jornadas de Turismo Familiar.

Promoción:

- Revisión/renovación de acuerdos estratégicos FEFN (XIV congreso de Familias numerosas Bilbao) / HIRUKIDE.
- Actualización folleto promocional.
- Mapa turismo familiar.
- *Landing* turismo familiar: nueva estructura, actualización de planes y de agenda.
- RRSS: Planificación de contenidos anual.
- Plan de medios.
- Análisis de asociaciones de familias numerosas en mercados nacionales.
- Redacción de artículos para medios *online* y *offline*.
- Desarrollo de *fam* y *press trips*.

Comercialización:

- "*Meet Basque Country*": desarrollar un programa para atraer a agencias especializadas en el contexto del turismo familiar.
- Apoyo en la identificación de empresas del canal *trade*.



Objetivos:

- Posicionamiento de Euskadi como destino *premium* referente, en los mercados emisores estratégicos: Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, Portugal y EE.UU, entre otros.
- Contar con una oferta turística adecuada a la demanda de este turista *premium*.
- Desestacionalización de los viajes.

Acciones:

- Actualización de la oferta acorde a los requisitos de pertenencia al club y en todos los soportes de comunicación.
- Presentaciones internacionales en colaboración con las OETs en Suiza y Portugal.
- Asistencia a *workshops*, ferias y acciones de promoción: *Emotions*, Cannes, etc.
- Plan de medios en mercados objetivo asociado al segmento.
- Desarrollo de una oferta de golf con soportes propios que complemente al producto en el apartado experiencial.

Objetivos:

- Posicionar a Euskadi como un destino de referencia y atractivo para la comunidad LGBTQ+.
- Sensibilizar al sector ante la oportunidad de generar una oferta atractiva para un segmento estratégico.
- Desarrollar una oferta atractiva que atraiga un turista respetuoso con el destino y que desestacionalice las entradas y redistribuya los flujos por todo el territorio.

Acciones:

- Desarrollo de un plan de producto del turismo LGBTQ+ para identificar las líneas principales de actuación y conocer la situación de la oferta turística y el posicionamiento actual del destino. (Generación de oferta, plan de comunicación y RRPP, y plan de comercialización).

- Ejecutar el plan operacional del año 1 - 2023
- Desarrollo de una formación al sector interesado en la especialización para este segmento.

Turismo Senior / Bienestar y salud

Objetivos:

- Identificación de los principales productos y recursos turísticos afines para este segmento e integrarlos en soportes promocionales y comunicaciones selectivas.
- Posicionar el destino en los principales mercados y canales asociados a este segmento en materia de promoción y comercialización como un destino especializado para este público.

Acciones:

- Puesta en marcha del Plan Operacional de Turismo Senior.
 - *Identificación de la oferta.*
 - *Desarrollo de soportes promocionales online y offline.*
 - *Acciones de co-marketing con entidades públicas y privadas especializadas en el segmento senior.*
 - *Desarrollo del plan promocional y de comercialización en mercados objetivo.*

Red de recursos turísticos top de Euskadi

Objetivo:

Crear la red de recursos turísticos TOP de Euskadi con el fin de fomentar la colaboración entre ellos y la búsqueda de sinergias que fortalezcan la oferta turística de Euskadi.

Acciones:

- Creación de la mesa o el foro de trabajo conjunto.
- Apoyar las principales iniciativas que salgan de forma consensuada.



Desarrollar todas las acciones promocionales y de apoyo a la comercialización necesarias para incentivar la demanda e incrementar la notoriedad de la marca de destino en los mercados objetivo.

Acciones

2.1.- Colaboraciones estratégicas en el marco de la promoción y comercialización.

"España Verde"

La marca "España Verde" es la plataforma de trabajo entre las comunidades autónomas de Euskadi, Galicia, Asturias, y Cantabria.

- Coordinadores de la marca "España Verde" para el año 2023.
- "La gran ruta de la España Verde": validación de la ruta completa, creación de la página web, generación de material gráfico (folleto, creación de identidad visual corporativa, RRSS, jornadas, encuentros, ferias, merchandising ...).
- Nuevo plan de *marketing*: mejora de la notoriedad de la marca, discurso de la marca, búsqueda de coherencias mejorables de los productos objetivo y de los diferentes recursos y acciones.
- Nuevas oportunidades en los mercados cercanos.
- Mejora de la coordinación entre las CCAA.
- Búsqueda de producto turístico agrupado.
- Ejecución del proyecto "Experiencias turismo España: Corredor de Ecoturismo de la España Verde".
- Asistencia a *press* y *fam trips*, jornadas directas, jornadas inversas, cooperados, greensurferingspain, acciones diversas de promoción (Camino de Santiago) y comunicación.

Lehendakaritza

En el marco de la Estrategia Basque Country, colaboramos con la Secretaría de la Comisión Interdepartamental de Acción Exterior, para dar a conocer y realizar el seguimiento de las actuaciones que, en materia turística, realiza el Gobierno Vasco, mediante su inserción en la plataforma:

ebasquecountry.irekia.euskadi.eus

Se incluirán las actividades turísticas con proyección exterior, tanto las realizadas en el segundo semestre de 2021 como las que se acometerán durante 2022.

"*Basque week in Japan*" (13-20 octubre), colaboraremos en la acción exterior junto con el resto de los departamentos del gobierno para promocionar Euskadi en Japón con presentaciones a agentes, actividades de calle para público final y con un punto de información turística.

Turespaña

Objetivos:

- Difundir la marca *EUSKADI BASQUE COUNTRY*.
- Dar a conocer la oferta turística de Euskadi y presentar sus nuevos productos.
- Agendar y mantener reuniones que generen oportunidades de negocio.
- Ser un punto de encuentro entre profesionales del sector turístico.
- Cobertura mediática para promocionar el destino y sus empresas.

Acciones:

- Cerca de un centenar de acciones de promoción y comercialización:
 - Acciones de *co-marketing* con las principales OTAs de los mercados objetivo y *branded content* como complemento a las campañas de medios en los momentos clave del año.
 - **Ferias:**
 - **Fitur:** La feria de referencia a nivel estatal que se celebra en Madrid y está dirigida a los profesionales del turismo mundial. (Madrid, 18-22 enero)
 - **WTM** (6-8 noviembre, Londres): Euskadi acudirá con coexpositores un año más a esta feria estratégica en la promoción internacional.
 - **ILTM** (4-7 diciembre, Cannes): feria enfocada en el sector premium para el mercado internacional.
 - **ITB** Berlín (7-9 marzo)
 - **Jata** (Osaka, 22-25 septiembre)



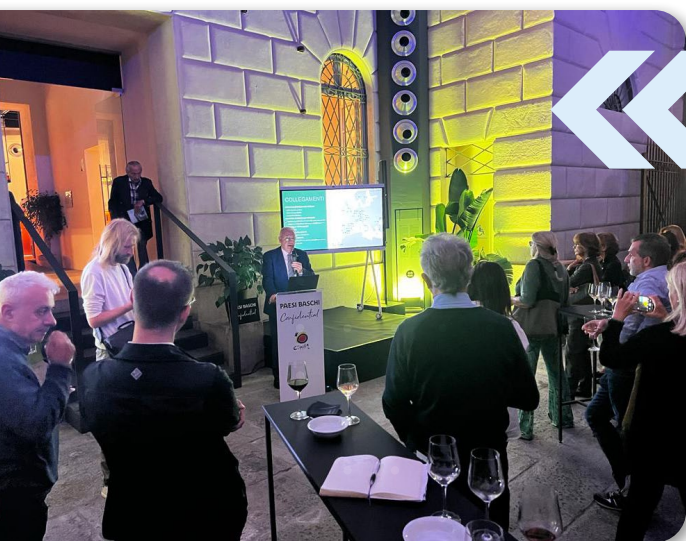
- **Ferias sin colaboración con Turespaña:**
 - **IBTM** (Barcelona, 28-30 noviembre).
 - **Fitur:** La feria de referencia a nivel estatal que se celebra en Madrid y está dirigida a los profesionales del turismo mundial. (Madrid, 18-22 enero)
 - **Emotions** (Sevilla, 4-7 junio)



- **Presentaciones y jornadas directas**
Jornadas Euskadi:
 - Junto a la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), participación en 5 jornadas *workshops* (Madrid, C. Valenciana-Alicante, A Coruña, Canarias, Valladolid)
 - Presentaciones propias en Dublín y Zurich (presenciales) y Roadshow en USA.

Jornadas multidestino: junto a otros destinos y Turespaña

- **Presenciales:** Países Bajos, Noruega, Italia, Israel, México, Argentina y Chile.



- **Viajes de familiarización:**
 - **Fam trips** (agentes de viajes): Realización del "Meet Basque Country" (2-6 octubre) y de productos especializados.
 - **Press trips** (prensa): Alemania, Países Bajos, Francia, Irlanda, Italia, Portugal, Reino Unido, Suiza, Dinamarca, Bélgica, Brasil, Argentina, Japón, México y USA.



2.2. Guías de viajes

Acciones:

- Seguimiento y actualización de los contenidos sobre Euskadi en las principales guías turísticas de los diferentes mercados.
- Creación de contenidos sobre nuestro destino en guías importantes que todavía no lo incluyan en mercados prioritarios.
- Gestión de *press trips* con aquellas guías en las que queramos introducir nuevos contenidos del destino.
- Contacto directo con editores y escritores de las principales guías *bestsellers* a nivel internacional para crear vínculos estables.
- Recoger *feedback* de escritores, editores y oficinas de turismo de cara a mejorar los contenidos.

2.3. Material promocional

Acciones:

- Mejora y actualización de las herramientas disponibles (banco filmico y fotográfico) para la correcta gestión y difusión de los materiales promocionales y generación de contenidos en RRSS.

Público final

03

Objetivo:

Desarrollar acciones de promoción en mercados objetivos de cara a incrementar el nivel de penetración y notoriedad de la marca e incentivar la atracción a Euskadi de turistas potenciales en mercados de cercanía y media distancia en coche (5h máximo) y con conexiones directas a Euskadi tanto aéreas, ferroviarias como marítimas. La promoción se realizará tanto dirigida a mercados y públicos objetivo, como asociado a temáticas, intereses o motivaciones principales (gastronomía, cultura - caminos religiosos, ecoturismo, cicloturismo, etc.). También a segmentos de públicos específicos (Premium, LGBTIQ+, familias, senior).

Acciones:

3.1. Plan de medios y Campañas:

- Desarrollo de campañas de *branding* en mercados objetivo.
- Desarrollo de campañas de productos o temáticas específicas a públicos, segmentos y mercados concretos.
- Potenciación y monitorización de las campañas *online* bajo términos de rentabilidad asociadas al Plan de *Marketing* mediante acciones de conversión en ventas.

3.2. Ferias:

- Expovacaciones (mayo, Bilbao Exhibition Centre – Barakaldo). Feria para dar a conocer a nuestro mercado interno, una oferta turística del destino más específica, basada en planes de día/s, rutas, turismo de naturaleza, etc.
- Ferias especializadas de producto (FIO, MADbird, La Rochelle, etc.)

3.3. Folletos y soportes:

- Gestión y actualización de todos los soportes promocionales adecuándolos a las necesidades del mercado
- Generar nuevos soportes, según las oportunidades.

3.4.- Estrategia online:

- Medición y seguimiento de las principales acciones de promoción y canales activos a través de un panel/ dashboard, donde se centralicen los principales indicadores para la toma de decisiones y evaluación del impacto de las campañas.
- Definición de la estrategia digital a medio y largo plazo vinculada a procesos de automatización, contenido inbound y relación con el CRM para B2C, de acuerdo al nuevo Plan de *Marketing*.
- Definición de objetivos de comunicación, públicos, ecosistema de mensajes y herramientas prioritarias, donde el *marketing* digital y las relaciones públicas serán claves en el reforzamiento de la imagen en mercados prioritarios mediante colaboraciones con empresas de social media propias del mercado.
- Refuerzo de la inversión en comunicación.
- Combinar la comunicación paraguas de marca con una comunicación segmentada por motivaciones.





04

Agencias de representación

Acciones:

- Búsqueda de empresas especializadas en origen para el apoyo en el desarrollo de acciones de comunicación, promoción y comercialización para cada mercado internacional prioritario (Francia, Alemania, Austria, Suiza, Reino Unido y USA).
- Otras necesidades que pudieran surgir (estudios, informes, etc.).

Alianzas y relaciones comerciales

05

Acciones:

- Análisis de las empresas vascas con alta penetración en nuestros mercados objetivo para establecer líneas conjuntas de trabajo y aumentar la notoriedad de marca del destino.
- Desarrollo de acciones promocionales y de apoyo a la comercialización de la mano de empresas con alta notoriedad de marca, para acciones de *co-marketing* en nuestros mercados de referencia y para nuestros productos prioritarios.

Eventos estratégicos

06

Acciones:

- Captación, gestión y apoyo a eventos que ayuden a visibilizar y posicionar el destino desde una vertiente de comunicación y presencia en medios.

Redes de producto

07

Objetivo:

- Desde la cooperación público-privada y atendiendo a la demanda actual, estimular, organizar y promocionar una oferta turística integral en torno a un producto turístico determinado, basada en la diferenciación y en favorecer la desestacionalización de los flujos turísticos.

Acciones:

- Dinamizar el sistema de mesas sectoriales para impulsar la estructuración de la oferta y la promoción de los diferentes productos turísticos.

Redes de producto



EUSKADI GASTRONOMIKA

TOTAL EMPRESAS 770

- **Restauración 489**
 - Restaurantes 328
 - Asadores 24
 - Tabernas de pintxos 112
 - Caseríos Gourmet 25
- **Comercios 65**
 - Tiendas Gourmet 35
 - Pastelerías y confiterías .. 19
 - Mercados 6
 - Panaderías Gourmet 5
- **Industrias visitables 183**
 - Queserías 19
 - Bodegas RA 59
 - Bodegas de txakoli 30
 - Bodegas de sidra 39
 - Cerveza artesanal 10
 - Conserveras 2
 - Otros productores 25
- **Museos y centros de interpretación 11**
- **Proveedores de actividades y experiencias gastronómicas 21**



SURFING EUSKADI

TOTAL EMPRESAS 80

- **Escuelas de Surf 35**
- **Alojamientos 38**
 - Surf Camps 3
 - Hoteles y pensiones 17
 - Campings 4
 - Otros (albergues, AT...) ... 14
- **Otros servicios 7**
 - Receptivos 3
 - Guías 2
 - Chárters náuticos 2



EUSKADI CONFIDENTIAL

TOTAL DE EMPRESAS ... 85

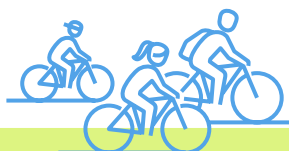
- **Alojamientos 16**
- **Restaurantes 28**
- **Comercios 13**
- **Transporte 5**
- **DMC 1**
- **Experiencias 22**



ECOTURISMO: CLUB DE ECOTURISMO DE ESPAÑA

TOTAL DE EMPRESAS 51

- **Aktiba 5**
- **Nekatur 8**
- **Geoparque-Costa Vasca. 22**
 - actividades 2
 - AAVV 1
 - alojamientos 19
- **Urdaibai 16**
 - actividades 4
 - agroalimentarias 3
 - alojamientos 7
 - alojamiento + actividades . 1
 - restaurante 1



TURISMO FAMILIAR

TOTAL DE EMPRESAS .. 229

- **Alojamientos 73**
- **Empresas de actividades 124**
- **Restaurantes 32**



7

COMUNICACIÓN

01

Comunicación corporativa

Objetivos:

- Dar visibilidad y reconocimiento a la labor desarrollada desde **Basquetour**.
- Contribuir a la puesta en valor del sector turístico entre agentes de ámbitos ajenos al mismo.
- Mantener al sector turístico vasco informado y participe de los proyectos.

Acciones:

1.1 www.basquetour.eus

1.2 Redes sociales



Twitter
(@Basquetour_eus)



Facebook
(Basquetour)



YouTube
Basquetour, Turismoaren Euskal Agentzia,
Agencia Vasca de Turismo, S.A

1.3 Newsletter dirigido al sector vasco.

1.4 [Anuario de actividad y Plan de acciones de Basquetour](#)



02

Comunicación para la promoción del destino *Euskadi-Basque Country* y de sus productos turísticos

Desarrollar material informativo sobre el destino *Euskadi-Basque Country* y sus productos turísticos dirigido a los intermediarios en los mercados de interés del turismo vasco.

Acciones:

- En RR.SS y MM. CC de mercados de interés, en colaboración con las OET.
- Dossiers de prensa del destino, su posicionamiento, sus marcas turísticas, productos turísticos, experiencias, eventos y datos de interés general del destino.

BASQUETOUR: DOSSIER DE PRENSA EUSKADI-BASQUE COUNTRY CASTELLANO



- Dossiers de prensa de producto, sobre lo esencial del destino y el producto turístico en cuestión, con las actuaciones más relevantes, eventos.

TURISMO DE NATURALEZA BY BASQUETOUR





8

SERVICIOS CORPORATIVOS

Objetivos:

- Optimizar los recursos en el desarrollo de la actividad de la agencia.
- Mejorar el desempeño laboral de los recursos humanos.

Acciones:

- Contabilidad y seguimiento presupuestario.
- Contratación, materiales y servicios.
- Gestión de los recursos humanos.
- Mejora de los sistemas de gestión.



01 Euskera

Objetivo

El objetivo principal es atender a la ciudadanía en la lengua oficial (euskera o castellano) de su elección, cumplir sus derechos lingüísticos y, en consecuencia, utilizar el euskera como lengua de servicio y como lengua de trabajo.

Acciones:

- Implementación del nuevo Plan de Euskera de la Agencia Vasca de Turismo.
- Elaborar acciones en coordinación con el resto de entidades públicas del Gobierno Vasco de la plaza Bizkaia.



02 Igualdad

Objetivos:

- Buen gobierno para integrar la igualdad en la organización y el funcionamiento de las administraciones públicas vascas.
- Transformar las economías y la organización social para garantizar derechos y contribuir a un modelo social más sostenible.
- Trabajar en coordinación con el resto de entidades públicas del Gobierno Vasco ubicadas en la plaza Bizkaia.

Acciones:

- Diagnóstico y planificación estratégica, y elaboración del nuevo Plan de Igualdad del departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco.

**BASQUE
TOUR** turismoaren
euskal agentzia
agencia vasca
de turismo



**EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO**

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

**EUSKADI
BASQUE COUNTRY**