

BASQUE TOUR

Mesa de agentes privados
(Asociaciones) del Sistema de
Gobernanza turística de Euskadi

Euskadiko Turismo
Gobernantzaren Sistemako eragile
pribatuen (Elkarteak) mahaia

27 de enero de 2026

2026ko urtarrilaren 27a



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

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

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

01.

BLOQUE COMPETITIVIDAD

LEHIAKORTASUN BLOKEA

BASQUE
TOUR

Contextualización /
Testuinguruan kokatzea

Proyectos actuales /
Egungo proiektuak

Código Ético del Turismo en Euskadi /
Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa

BASQUETOUR LEARNING – Formación /
BASQUETOUR LEARNING – Prestakuntza

Destino Turístico Inteligente (DTI) /
Turismo-Helmuga Adimenduna (THA)

Empresa Turística Inteligente (ETI) /
Turismo-Enpresa Adimenduna (TEA)

Guía del turista responsable – Guía viaje responsable /
Turista arduradunaren gida – Bidaia arduratsuaren gida

Campaña del código de turismo de euskadi /
Euskadiko turismo kodearen kanpaina

Ayudas a proyectos territoriales turísticos /
Turismoko lurralde-proiektuetarako laguntzak

1.1.

Contextualización

Testuinguruan kokatzea

Enmarcar el bloque de competitividad en una visión compartida permite entender el sentido y la dirección de las actuaciones que se están desarrollando. Este apartado presenta el horizonte estratégico y los antecedentes que sustentan la apuesta por una transformación sostenible y responsable de la competitividad turística de Euskadi.

Lehiakortasun-multzoa ikuspegi partekatu batean kokatzeak aukera ematen du garatzen ari diren jardueren zentzua eta norabidea ulertzeko. Atal honek Euskadiko turismo-lehiakortasunaren eraldaketa jasagarri eta arduratsuaren aldeko apustuaren oinarri diren horizontea eta aurrekariak aurkezten ditu.

Objetivos

Dar a conocer la
una visión
estratégica

Ikuspegi
estrategikoa
ezagutaraztea

Explicar el marco de
referencia que guía
la competitividad

Lehiakortasuna
gidatzen duen
erreferentzia-
esparrua azaltzea

Contextualizar los
proyectos y
acciones actuales

Egungo proiektuak
eta ekintzak
testuinguruan
kokatzea

VISIÓN / IKUSPEGIA

CRECER DE UN MODO SOSTENIBLE.

MODU JASANGARRIAN HAZTEA.

CONSOLIDARSE COMO UN DESTINO DE EXCELENCIA Y ESPECIALIZADO.

BIKAINTASUNEZKO DESTINO ESPEZIALIZATU GISA FINKATZEA.

REFERENTE DE EUROPA.

EUROPAKO ERREFERENTEA.

HORIZONTE / ZERUMUGA

CUMPLIMIENTO DE LOS 17 ODS DE LA AGENDA 2030

2030 AGENDA 17 GJH BETETZEA



ODS / GIH

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y las 169 metas que los desarrollan son de carácter integrado e indivisible, y abarcan las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible (social, económica y medioambiental).

Garapen Iraunkorreko 17 Helburuak eta horiek garatzen dituzten 169 jomugak integratuak eta zatietan dira, eta Garapenaren hiru dimentsioak hartzen dituzte Iraunkorra (soziala, ekonomikoa eta ingurumenekoa).

AGENDA 2030 / 2030KO AGENDA

Oportunidad para Euskadi porque coincide plenamente con nuestras prioridades:

- Un desarrollo humano que garantice los servicios esenciales a todas las personas y un crecimiento sostenible que genere oportunidades de empleo de mayor calidad.

Euskadirentzako aukera, bat baitator erabat gure lehentasunekin:

- Pertsona guztiei funtsezko zerbitzuak bermatuko dizkien giza garapena eta kalitate handiagoko enplegu-aukerak sortuko dituen hazkunde iraunkorra.

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO Y COMERCIO / TURISMO ETA MERKATARITZAKO PLAN ESTRATEGIKOA

“ Euskadi tiene la ambición de **consolidar un modelo sostenible y responsable que fomente la distribución justa de los beneficios e impactos** derivados de la actividad turística, así como **liderar un ecosistema turístico de referencia** que le permita posicionarse como uno de los **principales destinos turísticos del eje atlántico europeo** y que se diferencie por una oferta turística competitiva, diversa y singular.

Euskadi eredu jasangarri eta arduratsu bat sendotzeko asmoa du, turismo-jardueraren ondoriozko onura eta inpaktuen banaketa bidezkoa sustatuko duena, bai eta erreferentziatzeko ekosistema turistikoa bat gidatzeko ere, ardatz atlantiko europarraren helmuga turistikoa nagusietako bat izan dadin eta eskaintza turistikoa lehiakor, askotariko eta berezi baten bidez bereiz dadin.

”

TRANSFORMACIÓN SOSTENIBLE Y RESPONSABLE DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE EUSKADI / EUSKADIKO TURISMO-LEHIAKORTASUNAREN ERALDAKETA JASANGARRIA ETA ARDURATSUA:

ALIANZAS /
ALIAINTZAK:

DESTINOS Y EMPRESAS

DESTINOAK ETA ENPRESAK

MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD
CONTRIBUCIÓN AL CUMPLIMIENTO
DE LOS ODS

LEHIAKORTASUNA HOBETZEA BETETZEKO
EKARPENA GIHak



DTI

Compromiso /
Konpromisoa



Certificación /
Ziurtapena



ETI

Compromiso /
Konpromisoa



Certificación /
Ziurtapena



BASQUETOUR
learning

VISITANTES Y TURISTAS BISITARIAK ETA TURISTAK

CUIDAR, RESPETAR Y DISFRUTAR NUESTRA TIERRA Y SUS GENTES

GURE LURRA ETA BERTAKO JENDEA ZAINTEA, ERRESPATZEA ETA GOZATZEA



Turismo responsable: 10 consejos para que tu viaje sea una experiencia enriquecedora y sostenible | Turismo Euskadi

Turismo arduratsua: 10 aholku zure bidaia esperientzia aberasgarri eta jasangarria izan dadin | Turismo Euskadi

RESIDENTES / BERTAKOAK

CONOCER LA INDUSTRIA TURÍSTICA DISFRUTAR DE NUESTRO LEGADO

TURISMO-INDUSTRIA EZAGUTZEA GURE ONDAREAZ GOZATZEA



Campaña #TurismoMaitea
#TurismoMaitea kanpaina



Turismo responsable: 10 consejos para
un viaje responsable

Turismo arduratsua: 10 aholku bidai
arduratsu batentzakoi



We are now UN Tourism - YouTube



CCAA



ECT/EGT

Asociaciones

ANTECEDENTES AURREKARIAK

2006–2019: Herramientas individuales para empresas y destinos:
2006–2019: Enpresa eta helmugentzeko tresna indibidualak:

Emprendimiento
Ekintzailtza



Formación
Prestakuntza



Gestión
Kudeaketa



Innovación
Berrikuntza



Accesibilidad
Irisgarritasuna



Sostenibilidad
Jasangarritasuna



Desde 2019: herramientas integradas para empresas y destinos:
2019tik: enpresa eta helmugentzako tresna integratuak:



ENPRESA
EMPRESA

+

HELMUGA
DESTINO

ETI

Una herramienta

TEA

Tresna bat



DTI

Dos herramientas

THA

Bi tresna



ANTECEDENTES

AURREKARIAK

HORIZONTE 2030:
consecución de los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la
«Agenda Euskadi Basque Country 2030»

2030 HORIZONTEA:
«Euskadi Basque Country 2030 Agenda»ren 17 garapen
jasangarrirako helburuak (GJH) lortzea

TRANSFORMACIÓN: de herramientas individuales a herramientas globales:
ERALDAKETA: tresna indibidualetatik tresna globaletara:

Herramientas individuales Tresna indibidualak

- Gobernanza
- Innovación
- Tecnología
- Sostenibilidad
- Accesibilidad
- Gobernantza
- Berrikuntza
- Teknologia
- Jasangarritasuna
- Irisgarritasuna



Tresna globalak Herramientas globales

- Destino Turístico Inteligente (DTI)
- Código Ético del Turismo en Euskadi
- Turismo Helmuga Adimenduna (THA)
- Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa



1.2.

Proyectos actuales

Egungo proiektuak

Presentar los proyectos actuales permite visualizar cómo se materializa la estrategia de competitividad en iniciativas concretas. Este apartado aborda las principales líneas de trabajo en relación con la competitividad.

Egungo proiektuak aurkezteak lehiakortasun-estrategia ekimen zehatzetan nola gauzatzen den ikustea ahalbidetzen du. Atal honek lehiakortasunarekin lotutako lan-ildo nagusiak jorratzen ditu.

Objetivos

Dar a conocer los proyectos en marcha en el ámbito de la competitividad

Lehiakortasunaren arloan abian dauden proiektuak ezagutaraztea

Mostrar cómo se traduce la estrategia en acciones concretas

Estrategia ekintza zehatzetan nola bihurtzen den erakustea

Reforzar la coherencia entre visión, proyectos y resultados

Ikuspegiaren, proiektuen eta emaitzen arteko koherentzia indartzea

CÓDIGO ÉTICO DEL TURISMO EN EUSKADI

TURISMOAREN KODE ETIKOA EUSKADIN



Contextualización // Testuinguruan jartzea

Marco fundamental de referencia para un turismo responsable y sostenible:
Turismo arduratsu eta jasagarri baterako funtsezko erreferentzia-esparrua:



El turismo es la verdadera fuerza que impulsa la solidaridad y el desarrollo. Aprovechamos al máximo su poder de aunar a personas y comunidades, respetando el Código Ético Mundial del Turismo. De esta manera, el turismo puede seguir ofreciendo mejores oportunidades y un desarrollo sostenible para millones de personas en todo el mundo.

Turismoa da elkartasuna eta garapena bultzatzen dituen benetako indarra. Pertsonak eta komunitateak batzeko duen ahalmena ahalik eta gehien baliatzen dugu, Turismoaren Mundu Kode Etikoa errespetatuz. Horrela, turismoak aukera hobeak eta garapen jasagarria eskaintzen jarrai dezake mundu osoko milioika pertsonarentzat.



Zurab Pololikashvili,
Secretaria General de la OMT,
agosto de 2020
Zurab Pololikashvili,
TMEko idazkari nagusia, 2020ko
abuztua

OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE



**BASQUE
TOUR**

turismoaren
kudeatzailea
agencia vasca
de turismo

Código Ético del Turismo / Turismoaren Kode Etikoa:

- ▶ Nazioarteko estandarretan oinarrituta eta Euskadiko turismoaren alorreko hainbat erakunderen **parte-hartzearekin garatuta**.
Desarrollado sobre la base de estándares internacionales y con la **participación** de diferentes entidades del turismo en Euskadi.
- ▶ Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa **aurkezpen- eta deklarazio-ekitaldia** (2019/12/02).
Ceremonia de **presentación y declaración** del Código Ético del Turismo en Euskadi (02/12/2019).
- ▶ Objetivo: que todas las entidades implicadas en el turismo incorporen **la responsabilidad social y la sostenibilidad medioambiental** a su práctica diaria.
Helburua: turismoan inplikaturako erakunde guztiek eguneroko jardunean **gizarte-erantzukizuna eta ingurumen-jasagarritasuna** txertatzea.



EUSKADI
BASQUE COUNTRY



CÓDIGO ÉTICO DEL TURISMO EN EUSKADI

TURISMOAREN KODE ETIKOA EUSKADIN

Principios para garantizar que nuestra mar, nuestra tierra y nuestras calles sigan siendo las postales en las que vivimos
Gure itsasoa, gure lurra eta gure kaleak bizi garen postalak izaten jarraituko dutela bermatzeko printzipioak

1

Respetaré al turista y al vecino. Sus hábitos y tradiciones. Su disfrute y su descanso.
Turista eta bertakoa errespetatuko ditut. Haien ohiturak eta tradizioak. Haien aisialdia eta atsedenaldia.

2

Defenderé la igualdad en la diversidad. Seas quien seas, seas como seas.
Aniztasunean berdintasuna defendatuko dut. Zarena zarela, zaren bezalakoa zarelako.

3

Protegeré nuestro entorno, paisajes y recursos naturales.
Gure ingurunea, paisaiak eta baliabide naturalak babestuko ditut.

4

Mantendré, consumiré y disfrutaré de la cultura local.
Bertako produktuak eta kultura zaindu, kontsumitu eta gozatuko ditut.

5

Preservaré los recursos turísticos reconocidos por la Unesco como Patrimonio Cultural de la Humanidad.
Unescok Gizateriaren Kultura Ondare izandatatuko baliabide turistikoak zainduko ditut.

6

Cuidaré al sector turístico y a sus profesionales.
Turismo-sektorea eta bere profesionalak zainduko ditut.

BASQUE
TOUR

Con objeto de cumplir con los 17 ODS de la Agenda 2030, el Modelo de Gestión Territorial del Turismo Vasco es el vehículo en el que se apoya BASQUETOURL para extender el proyecto DTI entre los destinos vascos / 2030 Agendaren 17. GJHak betetzeko, Euskal Turismoaren Lurralde Kudeaketako Eredua da BASQUETOURLen euskarria, DTI proiektua euskal helmugetara zabaltzeko

**CÓDIGO ÉTICO DEL
TURISMO EN EUSKADI**

**TURISMOAREN KODE
ETIKOA EUSKADIN**



**28 Entes de Cooperación Turística /
28 Turismo Lankidetzako Erakundeak**

**1 Ente por Destino /
Erakunde 1 destino bakoitzeko**

**+ Técnicos de competitividad por Destino /
+ Lehiakortasun-teknikariak destinoaren
arabera**

Legenda/legenda
Ente de Cooperación Turística
Ente de Cooperación Turística
Ente de Cooperación Turística

**BASQUE
TOUR** turismoaren
kooperatibitatea
agencia vasca
de turismo



**EUSKADI
BASQUE COUNTRY**

CÓDIGO ÉTICO DEL TURISMO EN EUSKADI

TURISMOAREN KODE ETIKOA EUSKADIN

Metodología para la implantación del código ético en la plataforma Basquetour Learning / Basquetour Learning plataforman kode etikoa ezartzeko metodologia

Hacia un modelo más sostenible en términos de gestión de proyecto por parte de la administración / Administrazioak proiektua kudeatzeari dagokionez jasagarriagoa den eredu baterantz

CICLO 1: Implantación / Ezarpena



CICLO 2: Consolidación / Finkapena



[Metodologia bideoa](#)

[Video Metodología](#)

FASE ADHESIÓN 1º AÑO DE PARTICIPACIÓN

- PROCESOS:
- Sensibilización
- Firma de compromiso
- Formación
- Sesión práctica
- Memoria
- Satisfacción

FASE DE SEGUIMIENTO 2º, 3º, 4º, 5º AÑO DE PARTICIPACIÓN

- PROCESOS:
- Compromiso continuo
- Formación:
 - 2º año: Accesibilidad I
 - 3º año: Arbitraje equidad
 - 4º año: libre
 - 5º año: libre
- Cuestionario
- Satisfacción y propuestas de mejora

FASE RENOVACIÓN 6º AÑO DE PARTICIPACIÓN

- PROCESOS:
- Compromiso continuo
- Formación: libre
- Memoria
- Satisfacción y propuestas de mejora

FASE DE SEGUIMIENTO 7º, 8º, 9º, 10º AÑO DE PARTICIPACIÓN

- PROCESOS:
- Compromiso continuo
 - Formación
 - 7º año: Accesibilidad II
 - 8º año: libre
 - 9º año: libre
 - 10º año: libre
- Cuestionario
- Satisfacción y propuestas de mejora

FASE RENOVACIÓN 11º AÑO DE PARTICIPACIÓN

- PROCESOS:
- Compromiso continuo
- Formación libre
- Memoria
- Satisfacción y propuestas de mejora

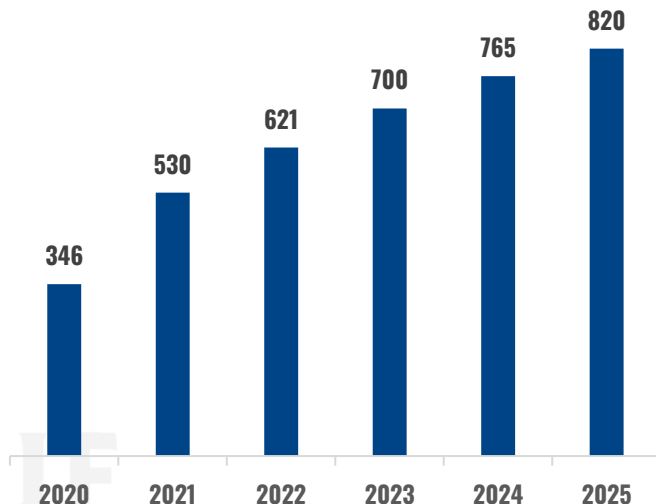
Resultados //

Emaitzak:

Nº de entidades registradas en el Registro de Ética de Euskadi /
Euskadiko Etika Erregistroan erregistratutako erakundeen kopurua:

CÓDIGO ÉTICO DEL TURISMO EN EUSKADI

TURISMOAREN KODE ETIKOA EUSKADIN



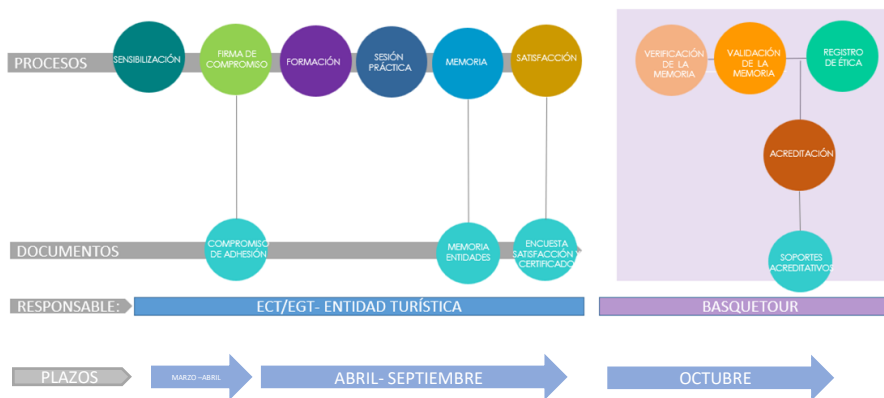
823 entidades registradas en 6 años /
823 erakunde erregistratuta 6 urtetan

2026: 75 nuevas solicitudes /
2026: 75 parteharztaileak

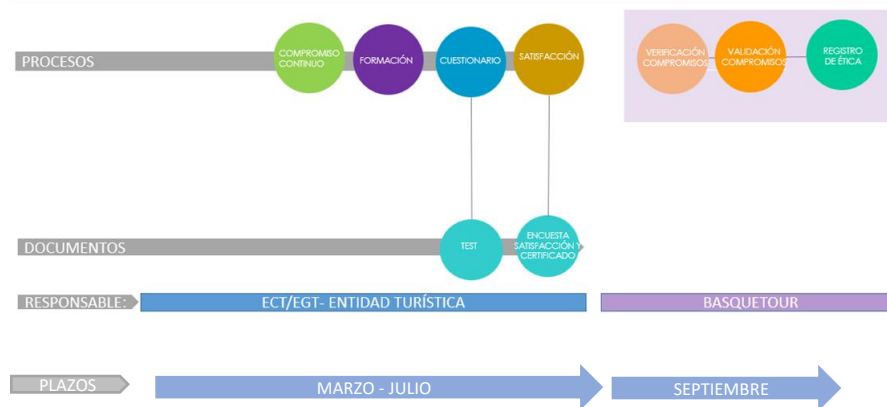
BASQUE
TOUR

1. PLAZOS / EPEAK:

Adhesión (1^{er} año de participación) / Itsaspena (1. parte-hartze urtea)



Seguimiento (2^o, 3^o, 4^o, 5^o y 6^o año de participación) / Jarraipena (2., 3., 4., 5. eta 6. parte-hartze urteak)



BASQUE
TOUR

CÓDIGO ÉTICO DEL TURISMO EN EUSKADI

TURISMOAREN KODE ETIKOA EUSKADIN

2. FORMACIÓN DE AGENTES / ERAGILEEN PRESTAKUNTZA:



25 DE FEBRERO / OTSAILAK 25

Webinar de 11:00h a 12:30h /
Webinar 11tik – 12:30ra

BASQUETOUR
learning

4. ACTO DE RECONOCIMIENTO / AINTZATESPEN-EKITALDIA:

- Para las entidades ADHESION y RENOVACIÓN en 2025 / ADHESION eta RENOVACIÓN erakundeentzat 2025ean
- En el 2026 se celebrará en el primer Cuatrimestre / 2026an lehen lauhilekoan ospatuko da



3. NUEVAS ENTIDADES/ ERAKUNDE BERRIAK:

- + Posibilidad de 75 nuevas / 75 berri jasotzeko aukera
- Importante / Garrantzitsua:
 - Participación de ayuntamientos / Udalak parte-hartzea
 - Participación de Oficinas de Información Turística / Turismo Informazioko Bulegoen parte-hartzea
- Homologación con SICTED / SICTEDekin homologatzea

5. COMITÉ DE ÉTICA DEL TURISMO EN EUSKADI / EUSKADIKO TURISMOAREN ETIKA BATZORDEA:

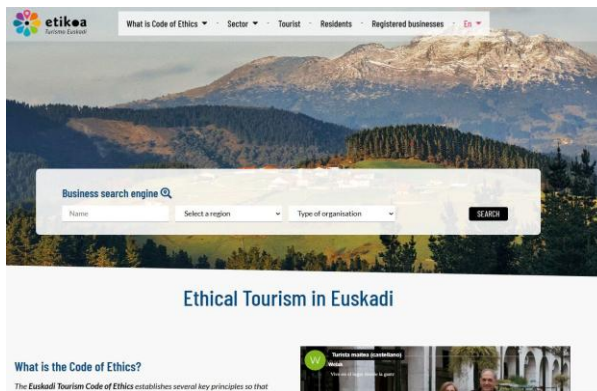
- En el 2026 se celebrará el Comité en el primer Cuatrimestre / 2026an Komitea egingo da lehenengo lauhilekoan



CÓDIGO ÉTICO DEL TURISMO EN EUSKADI

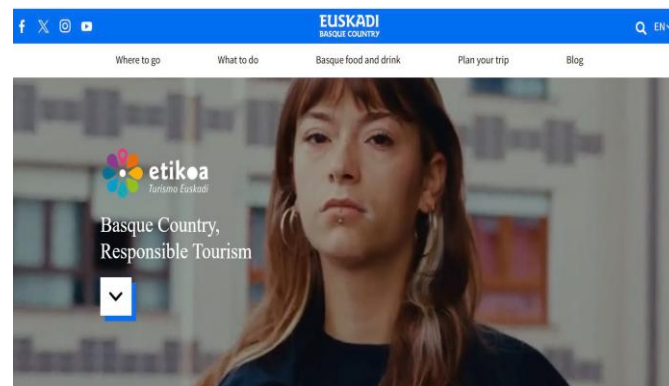
TURISMOAREN KODE ETIKOA EUSKADIN

6. LANDING PROFESIONAL / LANDING PROFESIONALA:



[Turismo Ético en Euskadi | Euskadietikoa](#)
[Turismo Etikoa Euskadin | Euskadietikoa](#)

7. LANDING PROMOCIONAL / SUSTAPENEO LANDING-A:



- Presentación del nuevo Landing Promocional en marzo de 2025.
- [Turismo responsable: 10 consejos para que tu viaje sea una experiencia enriquecedora y sostenible | Turismo Euskadi](#)
- Sustapeneko Landing berriaren aurkezpena 2025eko martxoan.
- [Turismo arduratsua: 10 aholku zure bidaia esperientzia aberasgarria eta jasangarria izan dadin | Euskadi Turismoa⁰](#)

[Página web Etikoa | Tourism | Turismo Euskadi](#)
[Etikoa web-orria | Turismoa | Euskadi Turismoa](#)

BASQUE
TOUR

BASQUETOUR LEARNING – PRESTAKUNTZA

Contextualización //

Proyecto promovido por el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, a través de Basquetour, herramienta para la mejora de la profesionalización del sector turístico.



+ [Vídeo explicativo en español](#)
[Azalpen-bideoa gaztelaniaz](#)

Testuinguruan jartzea //

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak sustatutako proiektua, sektore turistikorekin profesionalizazioa hobetzeko Basquetour tresnaren bidez.



+ Basquetour Learning | Basquetour Learning

**BASQUETOUR
LEARNING –
FORMACIÓN**

**BASQUETOUR
LEARNING –
PRESTAKUNTZA**

Principales logros en 2025 //

- Más de 12.093 conexiones en 2025
- 122 nuevos estudiantes en 2025

Lorpen nagusiak 2025an //

- 12.093 konexio baino gehiago 2025an
- 122 ikasle berri 2025an

Información de interés //
Informazio interesgarria:

75

Kudeaketa

Argitaratutako prestakuntza-ikastaroak
Gestión
Cursos de formación publicados

66

Berrikuntza

Konpetentzia digitalak
Innovación
Competencias digitales

28

Jasangarritasuna

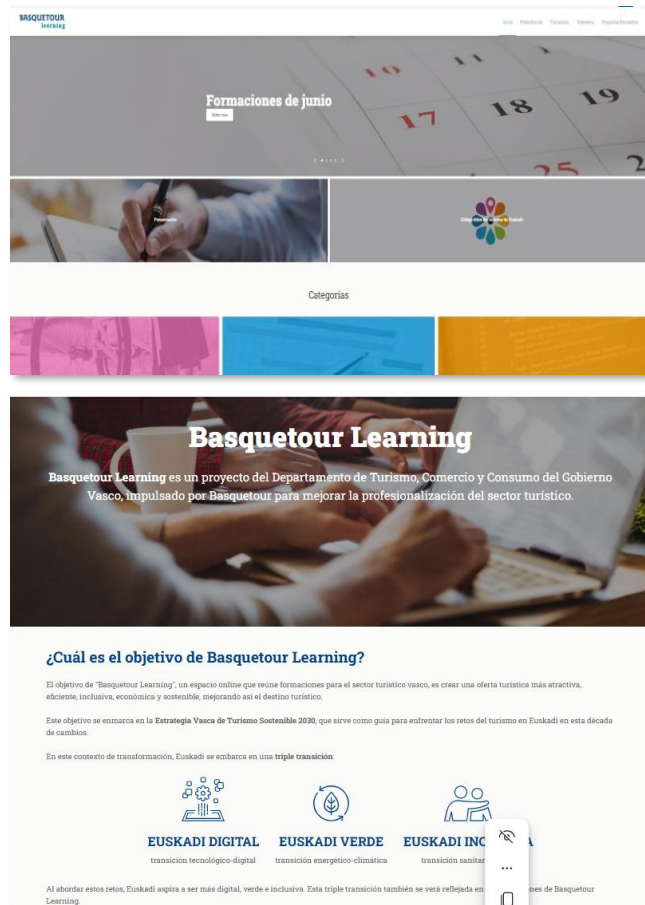
Argitaratutako prestakuntza-ikastaroak
Sostenibilidad
Cursos de formación publicados

4/5

Gogobetetzea

Sektorearen ebaluazioa
Satisfaction
Assessment of the sector

**BASQUE
TOUR**
turismoaren
kalitate agintaria
agencia vasca
de turismo



**EUSKADI
BASQUE COUNTRY**



Planifikazioa // Planificación

Proyecto promovido por el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo, a través de Basquetour, como herramienta de mejora de la profesionalización del sector turístico

/ Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak sustatutako proiektua, Basquetourren bitartez, turismo-sektorearen profesionalizazioa hobetzeko tresna gisa

☑ Calendario de Cursos XXIV Edición Turismo – Formación
/ Turismoa – Prestakuntza XXIV. Ikastaroen Egutegia

CURSO	FECHA INICIO	FECHA FIN	FECHA FIN INSCRIPCIÓN	CARGA LECTIVA
Economía circular	15-feb	27-mar	13-mar	16 horas
Gestión de residuos en empresas turísticas	15-feb	29-jun	27-jun	2 horas
Instagram para establecimientos turísticos	15-feb	28-jun	27-jun	1 hora
Introducción a la ciberseguridad para el turismo y ocio	15-feb	28-jun	27-jun	2 horas
M1: Conocer al cliente	15-feb	13-mar	28-feb	8 horas
PC1: Conocer a tu cliente	15-feb	13-mar	28-feb	8 horas
Cómo crear y gestionar espacios de trabajo en los hoteles, urbanos y rurales	26-feb	28-jun	21-ene	2 horas
Convierte tu restaurante en un servicio de comida a domicilio	26-feb	28-jun	21-ene	1 hora
Destino en Detalle	26-feb	9-abr	16-oct	32 horas
Plataforma Inteligente de Destinos	26-feb	28-jun	21-ene	2 horas
Principales sellos y certificaciones de turismo sostenible	26-feb	9-abr	21-ene	16 horas
Economía naranja	4-mar	16-abr	2-abr	16 horas
Introducción a Travel Insights with Google	4-mar	28-jun	27-jun	10 min
M2: Empezar por el principio, la selección de personal	4-mar	5-abr	22-mar	8 horas
PC2: Claves de la atención al cliente	4-mar	5-abr	22-mar	8 horas
Get Friendly en el sector de turismo y ocio	4-mar	28-jun	27-jun	15 min
Primer agente conversacional experto en Turismo de Seguros con tecnología Azure Open AI	4-mar	28-jun	27-jun	2 horas
Cómo ser autónomo y gestionar nuestros propios canales de venta on-line en el sector turístico	11-mar	28-jun	27-jun	1 hora
Proceso de incorporación de datos	11-mar	28-jun	27-jun	2 horas



Planifikazioa // Planificación

Cursos de formación online de **capacitación digital genérica**

/ **Trebakuntza digital generikorako** online prestakuntza-ikastaroak

FORMACIÓN PRESENCIAL	FECHAS PUBLICADAS
Barnetegi Tecnológico Turístico - Palacio Urgoiti (BIZKAIA)	27/02
Barnetegi Tecnológico Turístico - Hotel Arbe (GIPUZKOA)	18/03
Barnetegi Tecnológico Turístico - XXXXX (ARABA)	Fecha por determinar

FORMACIÓN ONLINE	FECHAS PUBLICADAS
Fomentando la creatividad en las entidades turísticas	08/04 y 15/05
Buenas Prácticas digitales para el sector turístico	21/03 y 29/10
Omnicanalidad en la promoción turística	22/05 y fecha por determinar
Generación de contenidos para el turismo mediante ChatGPT	07/10
Innovación en turismo: Inteligencia Artificial, Big Data, Machine Learning, Metaverso...	28/05
Prescriptores en mi negocio turístico	24/04

Planifikazioa // Planificación

Formación online en competencias digitales
genéricas.

Agenda mensual **marzo**

/
Online prestakuntza gaitasun digital **orokorretan.**
Martxoko hileko agenda





Planificación //

Formación online en materia de:

- gestión
- innovación
- competencias digitales
- sostenibilidad
- accesibilidad
- producto
- marketing
- ...

Gai hauei buruzko online prestakuntza:

- kudeaketa
- berrikuntza
- gaitasun digitalak
- iraunkortasuna
- irisgarritasuna
- produktua
- Marketina
- ...



**DESTINO TURÍSTICO
INTELIGENTE (DTI)**

**TURISMO HELMUGA
ADIMENDUNA (THA)**

Dentro del proyecto DTI existen dos programas /
DTI proiektuaren barruan bi programa daude:



**1: DTI Compromiso /
THA Konpromiso**

**2: DTI Certificación /
THA Egiaztapena**

**BASQUE
TOUR**

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)

TURISMO HELMUGA ADIMENDUNA (THA)

DTI COMPROMISO / THA KONPROMISO

DEFINICIÓN /

- Una iniciativa pionera de SEGITTUR, impulsada por la Secretaría de Estado de Turismo de España / SEGITTURen ekimen aitzindaria, Espainiako Turismoko Estatu Idazkaritzak sustatua
- Con el fin de adaptar los destinos turísticos a los retos del futuro y contribuir a su conversión hacia un nuevo modelo basado en la gobernanza, la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y la accesibilidad / Helmuga turistikoak etorkizuneko erronketara egokitzeko eta gobernantzan, berrikuntzan, teknologian, jasangarritasunean eta irisgarritasunean oinarritutako eredu berri baterantz bihurtzen laguntzeko

OBJETIVO DE EUSKADI / EUSKADIKO HELBURUA:

- Adaptar el modelo DTI, a las diferentes necesidades de Euskadi, con objeto de lograr un modelo de gobernanza entre las diferentes administraciones / DTI eredua Euskadiren beharretara egokitzea, administrazioen artean gobernantza-eredu bat lortzeko



MODELO DTI / THA MODELO

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)

TURISMO HELMUGA ADIMENDUNA (THA)

Modelo de gestión, que tiene en cuenta la **transversalidad** de la actividad turística y las características **diferenciadoras** de cada Destino, y que permite un proceso de **mejora continua** en Destino /

Kudeaketa-eredua, turismo-jardueraren **zeharkakotasuna** eta helmuga bakoitzaren ezaugarri **bereizgarriak** kontuan hartzen dituen, eta helmugan **etengabeko hobekuntza**-prozesua ahalbidetzen duena

5 ejes,
16 ámbitos de actuación,
97 requisitos
y 261 indicadores

5 ardatz
16 jarduera-eremu,
97 betekizun
eta 261 adierazle

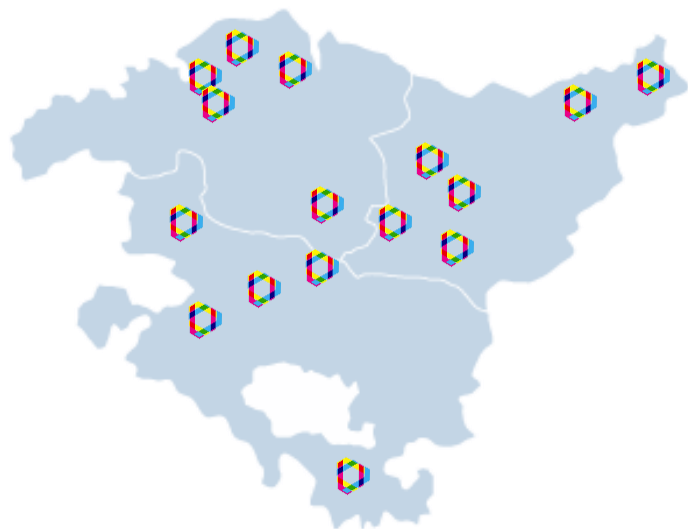


Video: Destinos Turísticos Inteligentes /
Bideoa: Helmuga turistiko adimendunak



DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)

TURISMO HELMUGA ADIMENDUNA (THA)



DTI COMPROMISO / THA KONPROMISO

ESTRATEGIA DTI EUSKADI / EUSKADIKO THA ESTRATEGIA

Que todos los Destinos de Euskadi (municipios/comarcas)
tengan la opción de poder optar a ser DTI
/
Euskadiko helmuga guztiek (udalerrriak/eskualdeak) THA
izateko aukera izatea



AÑO:	DESTINO:
2018-2019:	Donostia / San Sebastián
2019-2020:	Vitoria-Gasteiz
2022:	Goierri, Uribe y Rioja Alavesa
2022-2023:	Bidasoa, Bilbao, Debagoiena, Getxo, Valles Alaveses y Busturialdea-Urdaibai
2023-2024:	Debabarrena, Enkarterri-Meatzaldea, Llanada Alavesa, Portugalete.
2024-2025	Aiaraldea, Gorbeia Araba, Gorbeia Bizkaia, Urola Erdia y Urola Garaia.
2025-2026:	Barakaldo, Durangaldea, Montaña Alavesa, Oarsoaldea, Urola Kosta (en proceso)



DTI Compromiso – Resultados / THA Konpromiso – Emaitzak



DTI distinción				
Distinguidos	Nº Municipios		En proceso...	Nº Municipios
Donostia	1		Barakaldo (12/2026)	1
Vitoria-Gasteiz	1		Durangaldea (12/2026)	10
Bilbao	1		Montaña Alavesa (12/2026)	6
Goierry	18		Oarsoaldea (12/2026)	4
Uribe	24		Urola Kosta (12/2026)	5
Rioja Alavesa	19			
Valles Alaveses	10			
Bidasoa	2			
Debagoiena	8			
Getxo	1			
Busturialdea-Urdaibai	20			
Llanada Alavesa	5			
Portugalete	1			
Debarrena	8			
Enkarterri+Meatzaldea	15			
Aiaraldea	3			
Gorbeialdea Araba	6			
Gorbeialdea Bizkaia	10			
Uriola Erdia	6			
Urola Garaia	4			
TOTAL: 20 destinos, que engloban 163 municipios			TOTAL: 5 destinos, que engloban 26 municipios	

DESTINO TURÍSTICO
INTELIGENTE (DTI)

TURISMO HELMUGA
ADIMENDUNA (THA)

1. PLAZOS ESTIMADOS / ERAGILEEN PRESTAKUNTZA:

- Noviembre 2025: reunión **incorporación** / 2025eko azaroa: sartzeko bilera
- Diciembre 2025: primera reunión de arranque presencial en destino (con la **mesa DTI formada**) / 2025eko abendua: helmugan bertan abiatzeko lehen bilera (**THA mahaia osatuta**)
- Diciembre 2025 – marzo 2026: extracción de datos (**evidenciar** requisitos e indicadores) con hitos por eje / 2025eko abendua – 2026ko martxoa: datuak ateratzea (betekizunak eta adierazleak **agerian uztea**), ardatz bakoitzeko mugarriekin
- Marzo 2026 – Noviembre 2026: **subsanaciones**, y formalización **membresía** RED DTI si procede / 2026ko martxoa – 2026ko azaroa: **zuzenketak**, eta RED THA **formalizazioa**, hala badagokio
- Diciembre 2026: **distinción** (Diagnóstico y Plan de Acción) / 2026ko abendua: **bereizketa** (diagnostikoa eta ekintza-plana)
- Enero 2027 (FITUR): **Acto entrega** / 2027ko urtarrila (FITUR): **Banaketa ekitaldia**

2. NUEVOS DESTINOS /

- + posibilidad de 4 nuevos destinos => **DESTINOS VOLUNTARIOS** /
+ 4 destino berri izateko aukera => **BORONDATEZKO DESTINOAK**
- **Importante:** participación de los ECT/EGT como entidad en Código Ético /
Garrantzitsua: LBI/EGTek erakunde gisa parte hartzea Kode Etikoa

 GOBIERNO DE ESPAÑA	 MINISTERIO DE TURISMO	 SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO	 Destino Turístico Inteligente	 SEGITTUR Turismo e Innovación
AÑO:	DESTINO:			
2018-2019:	Donostia / San Sebastián			
2019-2020:	Vitoria-Gasteiz			
2022:	Goierri, Uribe y Rioja Alavesa			
2022-2023:	Bidasoa, Bilbao, Debagoiena, Getxo, Valles Alaveses y Busturialdea-Urdaibai			
2023-2024:	Debabarrena, Enkarterri-Meatzaldea, Llanada Alavesa, Portugalete.			
2024-2025	Aiaraldea, Gorbeia Araba, Gorbeia Bizkaia, Urola Erdia y Urola Garaia.			
2025-2026:	Barakaldo, Durangaldea, Montaña Alavesa, Oarsoaldea, Urola Kosta (en proceso)			

***Envío de formato planificación cumplimentado para: 20 Febrero / Plangintza formatua beteta bidaltzea: Otsailak 20**

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE (DTI)

TURISMO HELMUGA ADIMENDUNA (THA)

BASQUE
TOUR

DTI CERTIFICACIÓN / THA EGIAZTAPENA

CONTEXTUALIZACIÓN / TESTUINGURUMENA:

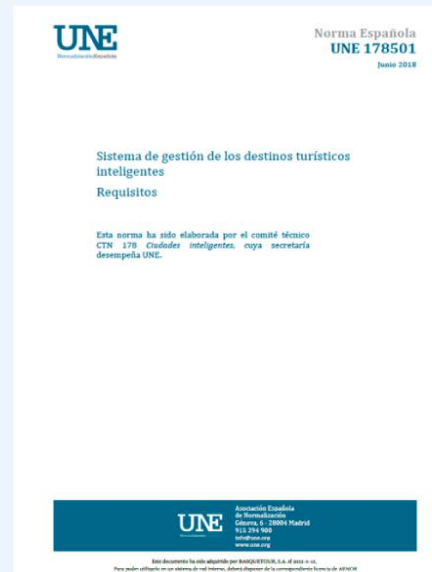
- Euskadi participó activamente en su desarrollo / Euskadik aktiboki parte hartu zuen haren garapenean
- Objetivo: disponer de una norma para destinos que aborde los 5 mismos ejes que el compromiso DTI / Helburua: helmugetarako arau bat izatea, DTI/DTI konpromisoaren 5 ardatz berak jorratuko dituen
- Publicada en 2016 y reeditada en 2018 / 2016an argitaratua eta 2018an berrargitaratua

RESULTADOS / EMAITZAK:

- **Destino Bilbao**, certificado en 2025 / **Helmuga Bilbo**, 2025ean ziurtatua

PLANIFICACIÓN / PLANGINTZA:

- **Implantación** de la norma de destinos de Euskadi – **Goierri** / Euskadiko helmugei buruzko araua **ezartzea** – **Goierri**
- **Requisitos** / **Baldintzak**:
 - Ser destino DTI en un nivel muy avanzado (puntuación > 75%) / DTI destinoa izatea oso maila aurreratuan (puntuazioa > % 75)
 - **Importante** participación en Código Ético Turismo Euskadi / Partaidetza **garrantzitsua** Euskadi Turismoko Kode Etikokan
- Plazos: Auditoria de certificación: estimado 2026 / Epeak: Ziurtagiriaren auditoria: estimación 2026



**EMPRESA TURÍSTICA
INTELIGENTE (ETI)**

**TURISMO ENPRESA
ADIMENDUNA (TEA)**

Dentro del proyecto ETI existen dos programas /
TEA proiektuaren barruan bi programa daude:

**EMPRESA TURÍSTICA INTELIGENTE (ETI) /
TURISMO ENPRESA ADIMENDUNA (TEA)**

**1: ETI Compromiso /
TEA Konpromiso**

**2: ETI Certificación /
TEA Egiaztapena**

**BASQUE
TOUR**



- En proceso desarrollo / Garapen-prozesuan
- Euskadi participa activamente / Euskadik aktiboki parte hartzen du
- **Objetivo:** aunar en un ecosistema un modelo tanto para empresas como destinos en los cuales se trabaje de manera integral los ámbitos de gestión/gobernanza, tecnología, innovación, accesibilidad y sostenibilidad / **Helburua:** ekosistema batean enpresentzako zein helmugentzako eredu bat bateratzea, kudeaketa/gobernanta, teknologia, berrikuntza, irigarritasuna eta iraunkortasuna modu integralean lantzeko

Planificación // Plagintza:

- Pendiente de grado de avance de Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España. **Estimado 2026** / Espainiako Gobernuako Industria, Merkataritza eta Turismo Ministerioaren aurrerapen-mailaren zain. **2026 estimatua**



Contextualización / Testuingurumena:

**EMPRESA TURÍSTICA
INTELIGENTE (ETI)**

**TURISMO ENPRESA
ADIMENDUNA (TEA)**

CRONOLOGÍA DEL PROYECTO / PROIEKTUAREN KRONOLOGIA:

Desarrollo del estándar UNE178510

Participación 2022-2023

UNE1 78510 estandarraren garapena

2022-2023 aldiko parte-hartzea

Presentación oficial del estándar

FITUR 2024

Estandarraren aurkezpen ofiziala

FITUR 2024

Primer estudio piloto a escala global

Oficina de Información Turística de Gorkiz

Eskala globaleko lehen azterketa pilotua

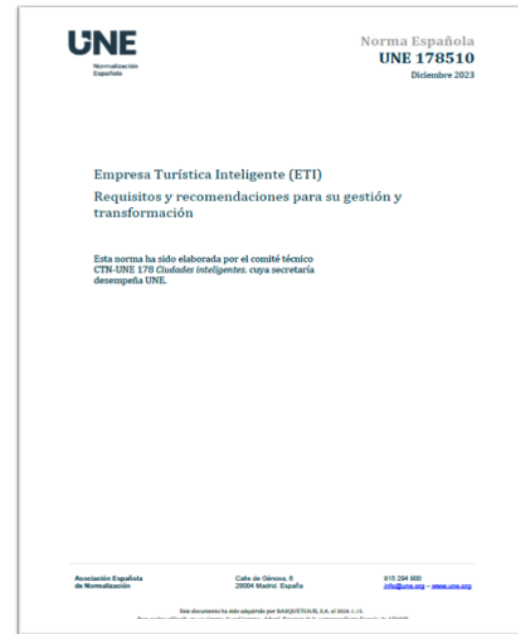
Gorkizko Turismo Informazioko Bulegoa

Extensión del proyecto

A otras entidades turísticas

Proiektuaren hedatzea

Beste entitate batzuetara



LINK

ETI CERTIFICACIÓN / TEA EGIAZTAPENA

**EMPRESA TURÍSTICA
INTELIGENTE (ETI)**

**TURISMO EMPRESA
ADIMENDUNA (TEA)**

**Resultados 1era
edición / 1go edizioko
emaitzak:**

Nº	TERRITORIO	DESTINO	ENTIDAD ETI
1	Araba	Rioja Alavesa	Rioja Alavesa Turismo
2	Araba	Vitoria Gasteiz	Palacio de Congresos Europa
3	Araba	Vitoria Gasteiz	Oficina de Turismo de Vitoria Gasteiz
4	Araba	Valles Alaveses	Camping Angosto
5	Bizkaia	Bilbo	Hotel Ilunion Bilbao
6	Bizkaia	Bilbo	Tourné Bilbao
7	Bizkaia	Bilbo	Bilboats
8	Bizkaia	Bilbo	Romotur
9	Bizkaia	Bilbo	Oficina de Turismo de Guggenheim
10	Bizkaia	Bilbo	Oficina de Turismo de Plaza Circular
11	Bizkaia	Busturialdea-Urdaibai	Hotel Nafarroa
12	Bizkaia	Getxo	Galerías Punta Begoña
13	Bizkaia	Getxo	Fangaloka
14	Bizkaia	Uribe	Restaurante Izarza
15	Gipuzkoa	Bidasoa	Museo Romano Oiasso
16	Gipuzkoa	Bidasoa	Hotel Jauregi
17	Gipuzkoa	Debagoiena	Oficina de Turismo de Arantzazu
18	Gipuzkoa	Donostia/SS	San Sebastián Turismo OT
19	Gipuzkoa	Goierri	D'Elikatuz Interpretazio Zentroa
20	Gipuzkoa	Goierri	Zeraingo Turismo Bulegoa

ETI CERTIFICACIÓN / TEA EGIAZTAPENA

EMPRESA TURÍSTICA INTELIGENTE (ETI)

TURISMO EMPRESA ADIMENDUNA (TEA)

- **Requisitos / Baldintzak:**
 - Participación en Código Ético Turismo Euskadi / Euskadi Turismoko Kode Etikoa parte hartzea
 - Ser destino DTI / THA helmuga izatea
 - Motivación e implicación / Motibazioa eta inplikazioa
- **Plazos / epeak:**
 - Auditoria de certificación: previsión junio-julio 2026 / Ziurtagiriaren auditoria: 2026ko ekain-uztaila aurreikuspena

***Envío de formato planificación
cumplimentado para: 20 Febrero /
Plangintza formatua beteta bidaltzea:
Otsailak 20**

Participantes 2º edición /
2. edizioako
partehartzaileak:

TERRITORIO	DESTINO	ENTIDAD ETI
Araba	Gorbeialdea	La Casa del Patrón
Araba	Aiaraldea	Oficina de Turismo de Amurrio
Araba	Vitoria/Gasteiz	Cora Green City Hotel
Araba	Vitoria/Gasteiz	Fundación Catedral Santa María
Araba	Valles	Camping Roble Verde
Araba	RA	Bodega Baigorri
Araba	RA	Amador García
Bizkaia	Busturialdea	Las casas de Ea Astei
Bizkaia	Busturialdea	Oficina de Turismo de Gernika
Bizkaia	Uribe	Oficina de Turismo de Sopela
Bizkaia	Uribe	Oficina de Turismo de Bakio
Bizkaia	Gexto	Oficina de Turismo de Getxo
Bizkaia	Gorbeialdea	Oficina de Turismo de Orozko
Bizkaia	Bilbao	Hotel Ilunion San Mamés
Bizkaia	Bilbao	Hotel Abando
Bizkaia	Bilbao	Hotel Carlton
Gipuzkoa	Debagoiena	Oñatiko Turismo Bulegoa
Gipuzkoa	Debagoiena	Hotel Sukha
Gipuzkoa	Debarrena	Geogarapen
Gipuzkoa	Donostia/SS	Hotel Ilunion
Gipuzkoa	Donostia/SS	Hotel Akelarre
Gipuzkoa	Goierri	Museo Zumalakarregi
Gipuzkoa	Bidasoa	Hotel Villa Magalean
Gipuzkoa	Bidasoa	Hotel ETH
Gipuzkoa	Urola Garai	Oficina de Turismo de La Antigua

GUÍA DEL TURISTA RESPONSABLE – GUÍA VIAJE RESPONSABLE

TURISTA ARDURADUNAREN GIDA – BIDAIA ARDURATSUAREN GIDA

PROMOCIÓN / SUSTAPENA:

GUÍA DEL TURISTA RESPONSABLE / TURISTA ARDURATSUAREN GIDA:

Material disponible:

- Folleto guía del turista responsable, formato desplegable
- 11.000 guías impresas
- + 15 guías adicionales
- Nueva web Landing

Material eskuragarri:

- Turista arduratsuaaren gida-liburuxka (formatu zabalgarria)
- 11.000 gida inprimatu
- + 15 gida gehigarri
- Landing webgune berria



GUÍA DEL TURISTA RESPONSABLE – GUÍA VIAJE RESPONSABLE

TURISTA ARDURADUNAREN GIDA – BIDAIA ARDURATSUAREN GIDA

GUÍA PARA EL VIAJERO RESPONSABLE / BIDAIAIARI ARDURATSUARENTZAKO GIDA

Nuevo material disponible / Material berria eskuragarri:

- 125.500 guías impresas / 125.500 gida inprimatutak



Guía para un viaje responsable

EUSKADI
BASQUE COUNTRY



etikea
BASQUE COUNTRY

Turismo Etiko baterako 10 aholku

LINK

BASQUE TOUR
turismoaren
kudal agentzia
agencia vasca
de turismo

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO
TURISMO, MUSEOTERAPIA
ETA KONSUMO GARA
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

EUSKADI
BASQUE COUNTRY

CAMPAÑA DEL CÓDIGO DE TURISMO DE EUSKADI

EUSKADIKO TURISMO KODEAREN KANPAINA

**#TURISTA
MAITEA,**



- Spot publicitario 30 y 45 segundos / Publizitate-spota 30 eta 45 segundo
- 8 Píldoras: una por cada principio / 8 pilula: printzipio bakoitzeko bat

Ver spot 45'

*Turismo
maitea:*



- Spot publicitario 30" y video 2 minutos / 30 "publizitate-iragarkia eta 2 minutuko bideoa

**spot 120 CA
spot 120 EU**



Turismo maitea:



¿Qué ha ocurrido? ¿En qué momento has pasado de héroe a villano para algunos?

Será el romanticismo, pero me gustaría seguir como hasta ahora, con turistas y vecinos mirándonos con respeto, descubriendo el hogar que hay en cada lugar. Como cuando la empatía y la ética viajan en la misma maleta.

Los viajes low cost, los alojamientos turísticos, el cambio climático, la dictadura del like y sus 5 lugares que no te puedes perder. Podemos seguir buscando culpables, pero la verdad es que vivimos en uno de esos lugares tocados por la varita mágica del bien vivir. ¿Quién no querría saber a qué saben de verdad las cosas? ¿Quién no querría descubrir de qué color es el azul? ¿y el verde? ¿Quién no querría detener el tiempo? ¿Vivir más lento? ¿Quién no querría venir y no quererse ir?

Pero para que nuestro mar y nuestra tierra sigan siendo las postales en las que vivimos, nos toca creer y defender el modelo turístico que hemos elegido.

No va de crecer por crecer. Se trata de encontrar un modelo sostenible en todos los sentidos: ambientalmente, económicamente y vecinalmente. Un modelo que no solo genere riqueza sino también un legado cultural y social que nos ayude a estar más conectados con el mundo sin renunciar a nuestra identidad.

Estos son mis principios para conseguirlo. Ojalá que también sean los tuyos.

- ⁽¹⁾ Respetaré al turista y al vecino. Sus hábitos y tradiciones. Su disfrute y su descanso.
- ⁽²⁾ Defenderé la igualdad en la diversidad. Seas quien seas, seas como seas.
- ⁽³⁾ Protegeré nuestro entorno, paisajes y recursos naturales.
- ⁽⁴⁾ Mantendré, consumiré y disfrutaré del producto y la cultura local.
- ⁽⁵⁾ Preservaré los recursos turísticos reconocidos por la Unesco como Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- ⁽⁶⁾ Cuidaré al sector turístico y a sus profesionales.

Bihotzez,

Euskadi



Turismo maitea:



Zer gertatu da? Lehen heroi zinen... noiz bilakatu zara bilau batzuentzat?

Erromantikoegia izango naiz, agian, baina orain arte bezala jarraitu nahi nuke, turistek eta bertakoek elkarri errespetuz begiratuz, leku bakoitzean dagoen etxea partekatuz. Enpatia eta etika maleta berean sartzen genituen garai hartara itzuli.

Low cost bidaiak, ostatu turistikoak, klima-aldaketa, likearen diktadura eta ezinbestean ezagutu beharrekoak diren 5 lekuak. Errudunak bilatzen jarrai dezakegu, baina ezin dugu ukatu bizimodu onaren makilatxo magikoak ukitutako leku horietako batean bizi garela. Zuk jakin nahiko zenuke jakien benetako zaporea zein den, ezta?

Eta jakin nahiko zenuke zein koloretakoa den urdina, ezta? Edo berdea...? Nork ez luke denbora geldiarazi nahi? Astiroago bizi...? Edonori gerta dakioke hona etorri eta bertatik joan nahi ez izatea, ezta?

Gure itsasoaren eta gure lurraldearen paisaiak postalen modukoak dira, bai, baina postal hori gure bizileku ere badenez, gure lurralde honetan zein turismo-eredu izan nahi dugun erabakitzea dagokigu.

Kontua ez da haztea, besterik gabe. Kontua da eredu jasangarri bat aurkitzea, alderdi guztiak aintzat hartuta: ingurumena, ekonomikoa eta bertakoak. Aberastasuna sortzeaz gain, kulturen eta gizartearen ondare bat ere utziko digun eredu, gure nortasunari uko egin gabe munduarekin konektatuago egoten lagunduko digun eredu.

Eta hauek dira nire printzipioak hori lortzeko. Izango ahal dira zeureak ere.

⁽¹⁾Turista eta bertakoa errespetatuko ditut. Haien ohiturak eta tradizioak. Haien aisialdia eta atsedenaia. ⁽²⁾Aniztasunean, berdintasuna defendatuko dut. Zarena zarena, zaren bezalakoa zarena. ⁽³⁾Gure ingurunea, paisaiak eta natur baliabideak babestuko ditut. ⁽⁴⁾Bertako produktuek eta kultura zaindu, kontsumitu eta gozatuko ditut.

⁽⁵⁾Unescok Gizadiaren Kultura Ondare izendatutako baliabide turistikoak zainduko ditut. ⁽⁶⁾Turismoaren sektorea eta turismoaren profesionalak zainduko ditut.

Bihotzez,

Euskadi

OTRAS DISPOSICIONES

DEPARTAMENTO DE TURISMO, COMERCIO Y CONSUMO

2785

ORDEN de 3 de junio de 2025, del consejero de Turismo, Comercio y Consumo, por la que se aprueban las bases y se convocan, para el ejercicio 2025, las ayudas de apoyo a proyectos territoriales turísticos.

AYUDAS A PROYECTOS TERRITORIALES TURÍSTICOS

TURISMOKO LURRALDE-PROIEKTUETARAKO LAGUNTZAK

Proyecto:	
- Código Ético del Turismo de Euskadi / Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa	- 20 horas/entidad participante / 20 ordu/erakunde parte-hartzailea
- Empresa Turística Inteligente (ETI) Compromiso / Turismo Enpresa Adimenduna (TEA) Konpromisoa	- 20 horas/entidad participante / 20 ordu/erakunde parte-hartzailea
- Empresa Turística Inteligente (ETI) Certificación / Turismo Enpresa Adimenduna (TEA) Egiaztapena	- 30 horas/entidad participante / 30 ordu/erakunde parte-hartzailea
- Destino Turístico Inteligente (DTI) Compromiso / Helmuga Turistiko Adimenduna (THA) Konpromisoa	- 40 horas/entidad participante según el modelo (DTI) municipal / 40 ordu/erakunde parte-hartzailea, udal-ereduaren (THA) arabera - 80 horas/entidad participante según el modelo (DTI) comarcal / 80 ordu/erakunde parte-hartzailea, eskualdeko ereduaren (THA) arabera
- Destino Turístico Inteligente (DTI) Certificación / Helmuga Turistiko Adimenduna (THA) Egiaztapena	- 50 horas/entidad participante según el modelo DTI municipal / 50 ordu/erakunde parte-hartzailea, udal-ereduaren (THA) arabera. - 100 horas/entidad participante según el modelo DTI comarcal / 100 ordu/erakunde parte-hartzailea, eskualdeko ereduaren (THA) arabera

Proyectos que mejoran la competitividad y sostenibilidad de los destinos / Helmugen lehiakortasuna eta jasangarritasuna hobetzen duten proiektuak	%	Subvención máxima / Gehieneko dirulaguntza
- Código Ético del Turismo de Euskadi / Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa - Empresa Turística Inteligente (ETI) Compromiso / Turismo Enpresa Adimenduna (TEA) Konpromisoa - Empresa Turística Inteligente (ETI) Certificación / Turismo Enpresa Adimenduna (TEA) Egiaztapena - Destino Turístico Inteligente (DTI) Compromiso / Helmuga Turistiko Adimenduna (THA) Konpromisoa - Destino Turístico Inteligente (DTI) Certificación / Helmuga Turistiko Adimenduna (THA) Egiaztapena	60%	35.000€

02.

BLOQUE MARKETING

MARKETIN BLOKEA

BASQUE
TOUR

ENFOKATUR – Observatorio turístico en Euskadi

ENFOKATUR – Euskadiko turismo-behatokia

Estrategia de mercados / Principales indicadores (OTE)

Merkatuen estrategia / Adierazle nagusiak (EBT)

Acciones de promoción y comercialización B2B

B2B sustatzeko eta merkaturatzeko ekintzak

Plan de medios (B2C)

Baliabideen plana (B2C)

Productos y soportes promocionales

Sustapen-produktuak eta euskarriak

2.1.

ENFOKATUR – Observatorio turístico en Euskadi

ENFOKATUR – Euskadiko turismo-behatokia

Enfokatur Observatorio Turístico de Euskadi diseña 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

Enfokatur Euskadiko Turismo Behatokiak ikerketa-proiektuak diseinatu eta implementatu ditu profesionalei helmugari buruzko ezagutza emateko, plangintzarako, erabakiak hartzeko eta emaitzen eragina neurtzeko tresna fidagarrien bidez

Objetivos

Proporcionar
conocimiento fiable
para la planificación
y la toma de
decisiones

Planifikaziorako eta
erabakiak hartzeko
ezagutza fidagarria
ematea

Analizar la evolución
de la industria, la
demanda y el
impacto del turismo
en Euskadi

Industriaren
bilakaera, eskaria
eta turismoak
Euskadin duen
eragina aztertzea

Apoyar la medición
de resultados y el
diseño de
estrategias basadas
en datos

Emaitzak neurtzen
eta datuetan
oinarritutako
estrategiak
diseinatzen
laguntzea

OBJETIVO

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

Euskal turismo-enpresen sarearen egungo eta etorkizuneko egoera identifikatzea, ezaugarritzea eta diagnostikatzea

Industria turística de
Euskadi

Euskadiko turismo-
industria

ACCIONES PRINCIPALES

- 1 Operación de estadística oficial anual **“Perfil de la industria turística”** para el año 2026 / 2026. urterako "Turismo-industriaren profila" urteko estatistika-eragiketa ofiziala
- 2 **IRON 2026** – Monitorización de la reputación online de las empresas que forman parte de los clubes de producto turístico, y también los recursos turísticos de Euskadi / **IRON 2026** – Produktu turistikoen klubak osatzen dituzten enpresen eta Euskadiko baliabide turistikoen online ospearen monitorizazioa

OBJETIVO

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 la marca Euskadi en los diferentes mercados emisores

Bisitatzeko gaitutza eta bisita egin dezaketeko profila eta portaera identifikatzea, ezaugarritzea eta aztertzea; helmugako mugikortasuna identifikatzea eta aztertzea; Euskadi markak igorpen-merkatuetan duen posizionamendua eta ospea identifikatzea eta aztertzea

ACCIONES PRINCIPALES

Demanda turística en destino, origen y online

Turismo-eskaria helmugan, jatorrian eta online

Demanda en destino / Eskaria helmugan

- 1 Operación de estadística oficial "IBILTUR, perfil y comportamiento del turista en Euskadi" para año 2025. Difusión de resultados / "IBILTUR, turistaren profila eta portaera Euskadin" estatistika-eragiketa ofiziala 2025erako. Emaizten zabalkundea
- 2 Medición de la movilidad en destino de los flujos turísticos / Turismo-fluxuen helmugako mugikortasuna neurtzea

Demanda online / Online eskaria

- 3 Monitorización de la demanda turística en los canales online para conocer la reputación online de Euskadi / Eskari turistikoaren monitorizazioa online kanaletan, Euskadiren online ospea ezagutzeko

Demanda en origen / Eskaria jatorrian

- 4 Estudio de marca de destino en los mercados emisores de media y larga distancia / Helmugako markaren azterketa distantzia ertain eta luzeko merkatu igorleetan
- 5 Estudio de conocimiento de los hábitos de viajes en los mercados emisores de media y larga distancia / Distantzia ertain eta luzeko merkatu igorleetako bidaia-ohituren ezagutza aztertzea
- 6 Medición de la conectividad aérea del destino / Helmugaren aireko konektagarritasuna neurtzea

OBJETIVO

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

Turismo-jarduerak Euskadin bizi diren biztanleengan duen eragina identifikatzea, ezaugarritzea eta diagnostikatzea

Sociedad vasca

Euskal gizartea

ACCIONES PRINCIPALES

- 1 Operación de estadística oficial anual “Hábitos turísticos y percepción sobre el turismo receptor” para el año 2026 /
"Turismo-ohiturak eta turismo hartzaileari buruzko pertzepzioa" urteko estatistika-eragiketa, 2026rako

OBJETIVO

Disponer de un sistema de almacenamiento, análisis y difusión de datos clave para el sector turístico de Euskadi
Euskadiko turismo-sektorerako funtsezkoak diren datuak biltegitratzeko, aztertzeko eta zabaltzeko sistema bat izatea

SIT Euskadi

TIS Euskadi

ACCIONES PRINCIPALES

- 1 Identificación y análisis de los conjuntos de datos disponibles /
Eskuragarri dauden datu-multzoak identifikatzea eta aztertzea
- 2 Integración en el sistema /
Sisteman integratzea

2.2.

Estrategia de mercados / Principales indicadores (OTE)

Merkatuen estrategia / Adierazle nagusiak (EBT)

BASQUE
TOUR

Analizar la situación de la industria turística de Euskadi a partir de indicadores clave permite compartir una visión común del contexto actual y de las tendencias de mercado. Este bloque proporciona una base común de información que permite reflexionar sobre mercados, demanda, posicionamiento y retos futuros, con el fin de generar debate y recoger aportaciones del sector.

Euskadiko turismo-industriaren egoera funtsezko adierazleetatik abiatuta aztertzeak aukera ematen du egungo testuinguruaren eta merkatu-joeren ikuspegi komuna partekatzeko.

Multzo honek informazio-oinarri komun bat eskaintzen du, merkatuei, eskariari, posizionamenduari eta etorkizuneko erronkei buruz hausnartzeko aukera ematen duena, eztabaida sortzeko eta sektorearen ekarpenak jasotzeko.

Objetivos – Helburuak

Compartir una lectura común del contexto y la evolución del mercado

Testuinguruaren eta merkatuaren bilakaeraren irakurketa komuna partekatzea

Alinear criterios sobre mercados emisores y objetivos de marketing

Merkatu jaulkitzaileei eta marketin-helburuei buruzko irizpideak lerrokatzea

Generar debate y recoger aportaciones del sector hotelero a partir de los indicadores

Eztabaida sortzea eta hotel-sektorearen ekarpenak jasotzea, adierazleetatik abiatuta

Situación de la industria turística de Euskadi

Euskadiko turismo – industriaren egoera

BASQUE
TOUR

6,8 % PIB turístico / % 6,8 BPG turistikoa

22.290 actividades económicas del sector del turismo / 22.290 jarduera ekonomikoak turismo-sektorekoak

139,1 puntos en el Índice de confianza de las empresas turísticas de Euskadi (rango de variabilidad de 0 a 200 puntos) /
139,1 puntu Euskadiko turismo-enpresen konfiantza-indizean (0-200 puntuko aldakortasun-tartea)

113.590 personas afiliadas a la Seguridad Social del sector del turismo / Turismoaren sektoreko 113.590 afiliatu
Gizarte Segurantzaz

42,10 % grado de ocupación por plazas en el total de alojamientos / % 42,10eko okupazio-maila plazen
arabera, ostatu guztien artean

4,1 noches de estancia media del turista de ocio en Euskadi / 4,1 gau aisialdiko turisten batez besteko egonaldian Euskadin

102,8 euros de gasto medio por persona y día del turista de ocio en Euskadi / 102,8 euroko batez besteko
gastua Euskadiko aisialdiko turisten pertsona eta egun bakoitzeko

89 % de la sociedad vasca cree que la actividad turística es un elemento importante de desarrollo económico y empleo /
Euskal gizartearen % 89k uste du turismo-jarduera garapen ekonomikoaren eta enpleguaren elementu garrantzitsua dela

Objetivos de marketing: enfocados a la sostenibilidad y la digitalización

Marketin-helburuak: iraunkortasunera eta digitalizaziora bideratuak

SOSTENIBILIDAD / JASANGARRITASUN

01

Estancia media / batez besteko egonaldi

Incrementar la estancia media del/la turista, especialmente del internacional / Turistaren batez besteko egonaldia handitzea, batez ere nazioartekoa

- Incrementos más importantes fuera de las temporadas altas / Hazkunde garrantzitsuenak goi-denboraldietatik kanpo

02

Descentralización / Deszentralizazio

Grand tour como producto estratégico para una mejor distribución de los flujos turísticos / Grand tour, turismo-fluxuak hobeto banatzeko produktu estrategiko gisa

- Generar propuestas transversales que inviten a recorrer todo Euskadi / Euskadi osoa zeharkatzera gonbidatuko duten zeharkako proposamenak sortzea

03

Desestacionalización / Desestazionalizazioa

Euskadi mejor en primavera, otoño e invierno / Euskadi hobeto udaberrian, udazkenean eta neguan

- Propuestas diferentes para las diferentes estaciones del año / Urtaro desberdinetarako proposamenak

04

Gasto / Gastu

Apostar por mercados y segmentos de alto gasto en destino / Helmugako gastu handiko merkatuen eta segmentuen aldeko apustua egitea

- Énfasis en actividades y compras 100% Basque / Jarduerak eta erosketak azpimarratzea % 100 Basque

05

Posicionamiento / Posizionamendua

Más marca Euskadi Basque Country / Marka gehiago Euskadi Basque Country

- Coherencia y continuidad en el posicionamiento del destino / Koherentzia eta jarraitutasuna destinoaren posizionamenduan

06

Promoción / Sustapena

Una promoción cada vez más digital y segmentada / Gero eta sustapen digitalagoa eta segmentatuagoa

- Promoción cooperada y con aliados: trade, medios, empresas, blogueros, etc. / Sustapen lagundua eta aliatuekin: garraioa, bitartekoak, enpresak, blogariak, etab.

07

Gobernanza / Gobernantza

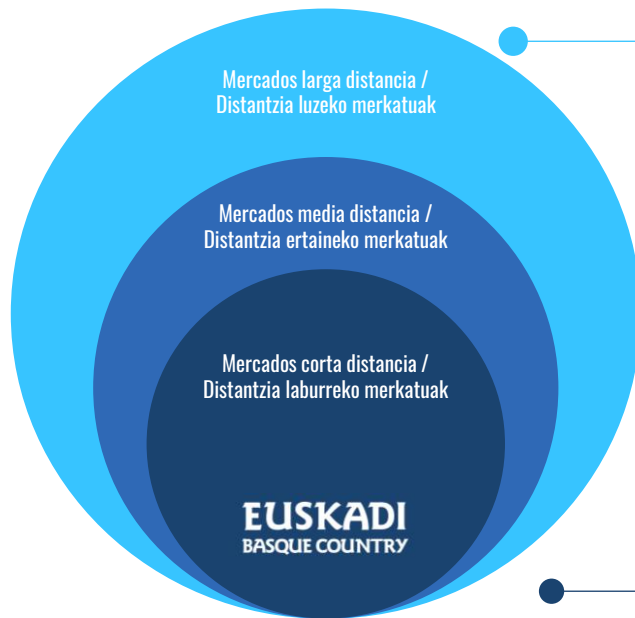
Hacia adentro: menos vertical. Priorización de esfuerzos y de recursos / Barrurantz: ez hain bertikala. Ahaleginak eta baliabideak lehenestea

- Hacia afuera: más coordinada y operativa. Definición de roles / Kanporantz: koordinatuagoa eta eraginkorragoa. Rolak definitzea.

DIGITALIZACIÓN / DIGITALIZAZIO

Los mercados emisores de interés

Intereseko merkatu jaulkitzaileak



Norteamérica Ipar Amerika

- EEUU
- Canadá
- México

Latinoamérica Latinoamerika

- Argentina
- Brasil
- Colombia
- Chile

Asia Asia

- Japón
- Corea
- Singapur
- China
- India

Oceanía Ozeania

- Australia

Norte de Europa Europa iparraldea

- Países Nórdicos

Centroeuropa Europa erdialdea

- Reino Unido-Irlanda
- Alemana
- Austria
- Países Bajos + Bélgica
- Suiza

Sur de Europa Europa hegoaldea

- Francia
- Italia

Sur de Europa Europako hegoaldea

- Francia suroeste
- Portugal

España 1 Spainia 1

- Madrid
- Catalunya
- Euskadi

España 2 Spainia 2

- C. Valenciana
- Galicia
- Andalucía

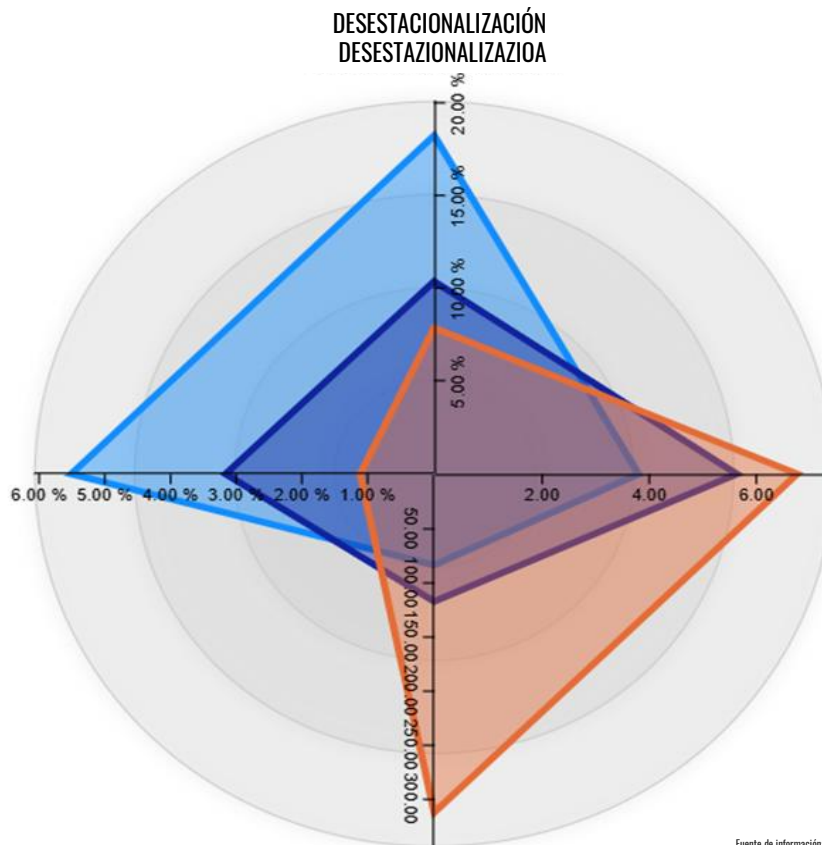
BASQUE TOUR

Plan de marketing del turismo de Euskadi. Objetivos año 2027

Euskadiko turismoaren marketin-plana. 2027. urteko helburuak

BASQUE TOUR

CUOTA DE MERCADO
MERKATU-KUOTA



MERCADO

- Corta distancia / distantzia laburra
- Media distancia / distantzia ertaina
- Larga distancia / distantzia luzea

ESTANCIA MEDIA
BATEZ BESTEKO EGONALDIA

GASTO MEDIO DIARIO POR PERSONA
EGUNEKO BATEZ BESTEKO GASTUA PERTSONAKO

Fuente de información: elaboración propia de EnfoKatur Observatorio Turístico de Euskadi de Basquetour, a partir de datos de las operaciones de Eustat, INE y la operación de estadística oficial "IBILTUR, perfil y comportamiento de los y las turistas que visitan Euskadi"

*Nota: los datos de gasto medio y la estancia media de los mercados emisores de Castilla y León, Galicia, Comunidad Valenciana, Suiza, Países Nórdicos, Comunidad Valenciana y los mercados emisores de larga distancia corresponden al total de España, y no de Euskadi.

Corta distancia / Distantzia laburra

MERCADO	CUOTA MERC. EUSKADI	DESESTAC	GASTO MEDIO	ESTANCIA MEDIA
		33%	120€	5 días
Madrid	12,3%	38,00%	99,20€	3,10 días
Euskadi	10,10%	43,57%	60,30€	5,88 días
Cataluña	7,90%	34,53%	96,72€	3,6 días
Andalucía	3,40%	31,89%	104,5€	3,7 días
Castilla y León	3,40%	40,75%	63,12€	3,74 días
C. Valenciana	3,10%	31,86%	61,9€	3,68 días
Galicia	2,10%	38,53%	53,21€	3,3 días
Portugal	1,90%	33,34%	121,10€	3,90 días

Media distancia / Distantzia ertaina

MERCADO	CUOTA MERC. EUSKADI	DESESTAC	GASTO MEDIO	ESTANCIA MEDIA
OBJETIVO		33%	140€	5 días
Francia	9,8%	31,66%	132,9€	3,22 días
R. Unido	3,9%	18,76%	98,12€	4,05 días
Alemania	3,8%	19,41%	89,72€	5,8 días
P. Bajos	2,6%	19,46%	102,3€	5,5 días
Italia	2,6%	20,73%	99,48€	4,70 días
Bélgica	1,45%	17,21%	102,3€	5,5 días
Suiza	0,90%	14,23%	165€	7,34 días
P. Nórdicos	0,35%	20,84%	177€	7,34 días

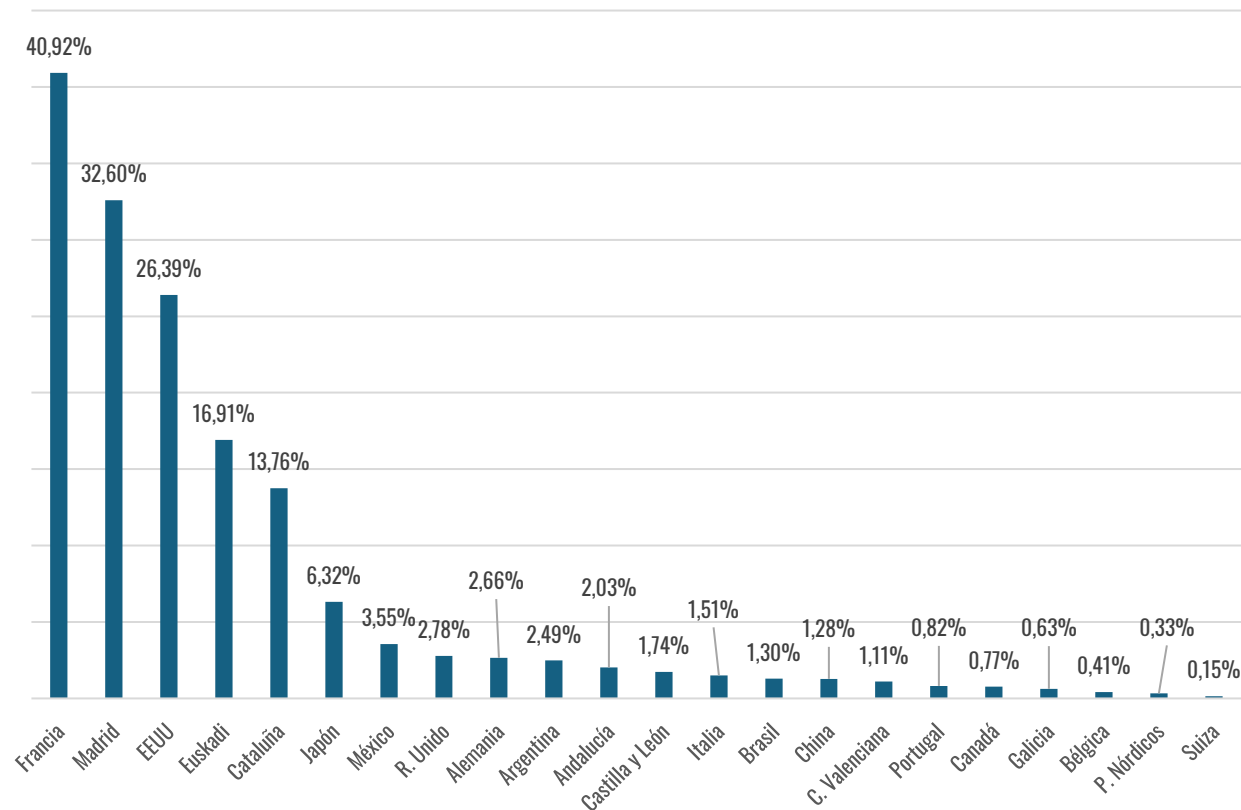
Larga distancia / Distantzia luzea

MERCADO	CUOTA MERC. EUSKADI	DESESTAC	GASTO MEDIO	ESTANCIA MEDIA
OBJETIVO		33%	140€	5 días
EEUU	4,2%	16,67%	124,9€	4,5 días
Argentina	0,80%	21,33%	263€	10,35 días
Japón	0,80%	34,20%	439€	6,54 días
México	0,70%	24,51%	379€	6,67 días
Brasil	0,50%	30,09%	298€	6,46 días
Canadá	0,50%	15,65%	102,3€	6,42 días
China	0,40%	31,29%	406€	7,07 días

BASQUE
TOUR

Impacto Económico Directo

Eragin Ekonomiko Zuzena

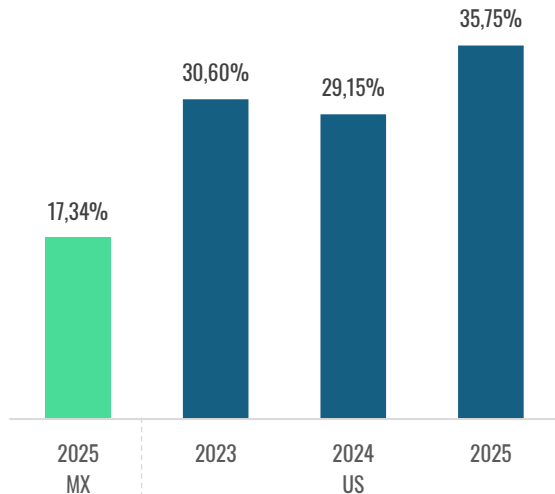


Fuente de información: elaboración propia de Enfokatur Observatorio Turístico de Euskadi de Basquetour, a partir de datos de las operaciones de Eustat, INE y la operación de estadística oficial "IBILTUR, perfil y comportamiento de los y las turistas que visitan Euskadi"

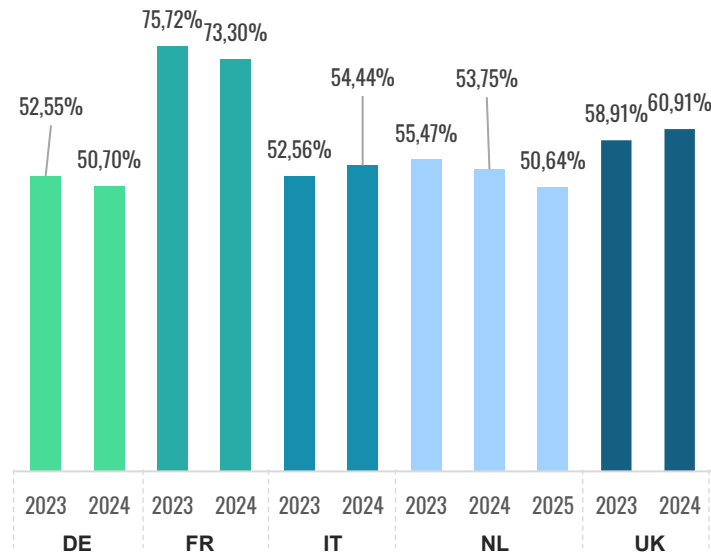
Notoriedad y posicionamiento de la marca Euskadi Basque Country

Euskadi Basque Country markaren ospea eta posizionamendua

Larga Distancia / Distantzia luzea



Media Distancia / Distantzia ertaina

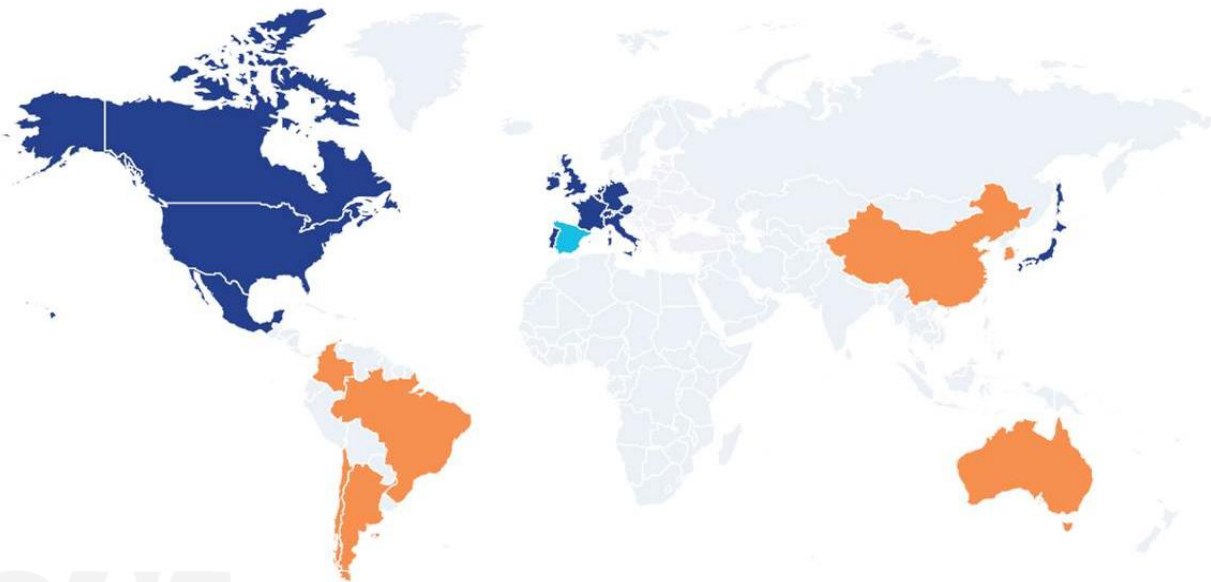


Fuente de información: estudio de notoriedad y posicionamiento de la marca Euskadi Basque Country en los mercados emisores de Euskadi de la plataforma Destination Index de YouGov para Enfokatur Observatorio Turístico de Euskadi Basquetour.

BASQUE
TOUR

Plan de acción promocional 2025

2025eko sustapen- ekintzako plana



LARGA DISTANCIA / DISTANTZIA LUzea

- Argentina
- Brasil
- Colombia
- Chile
- Corea
- China
- Australia
- EEUU
- Canadá
- México
- Japón

MEDIA DISTANCIA / DISTANTZIA ERTAINA

- Reino Unido-Irlanda
- Alemania
- Austria
- Países Bajos + Bélgica
- Suiza
- Francia
- Italia

CORTA DISTANCIA / DISTANTZIA LABURRA

- Portugal
- España
- Euskadi
- Sur de Francia

Apostar: Apertura y/o explorar

Apustu egin: Ireki edota esploratu

Crecimiento selectivo

Hazkunde selektiboa

Mantener

Mantendu

BASQUE TOUR

Conectividad y movilidad turística / Konektibitatea eta mugikortasun turistikoa

Elementos clave en el desarrollo de nuestro destino /
Gure helmuga garatzeko funtsezko elementuak

01

Reflexión y trabajo conjunto continuo / Etengabeko hausnarketa eta baterako lana

- Con las sociedades de promoción de los 3 aeropuertos vascos / 3 euskal aireportuak sustatzeko sozietateekin
- Instituciones vascas y Aena / Euskal erakundeak eta Aena

02

Participación en foros de conectividad aérea / Aireko konektibitateko foroetan parte hartzea

- [Connect](#) (Lublin 17-19 febrero / otsaila)
- [Routes Europe](#) (18-19 mayo / maiatza)

03

Participación en otras acciones / Beste ekintza batzuetan parte hartzea

Participaciones en acciones de comarketing con compañías aéreas para la optimización de las rutas existentes, con especial hincapié en las rutas estratégicas / Aire-konpainiekin comarketing-akzioetan parte hartzea, dauden ibilbideak optimizatzeko, bereziki ibilbide estrategikoak azpimarratuta

BASQUE TOUR

2.3.

Acciones de promoción y comercialización B2B

B2B sustatzeko eta merkaturatzeko ekintzak

BASQUE
TOUR

Mostrar las acciones de promoción y comercialización B2B previstas para 2026 permite visualizar cómo se articula la presencia de Euskadi en los diferentes mercados (corta, media y larga distancia). Este bloque facilita una visión ordenada del calendario de actuaciones y abre el espacio para identificar oportunidades de colaboración.

2026rako aurreikusitako B2B sustapen- eta merkaturatze-ekintzak erakusteak aukera ematen du Euskadiren presentzia merkatuetan nola artikulatzen den ikusteko (distantzia laburra, ertaina eta luzea). Multzo honek jarduera-egutegiaren ikuspegi ordenatua ematen du, eta lankidetzak aukerak identifikatzeko gunea irekitzen du.

Objetivos – Helburuak

Compartir las acciones B2B previstas para 2026

2026rako aurreikusitako B2B ekintzak partekatzea

Explicar la planificación por mercados y tipología de acción

Merkatuen eta ekintza-tipologiaren araberako plangintza azaltzea

Identificar posibles sinergias con el sector hotelero

Hotel-sektorearekin izan daitezkeen sinergiak identifikatzea

MERCADOS DE CORTA DISTANCIA / DISTANTZIA LABURREKO MERKATUAK

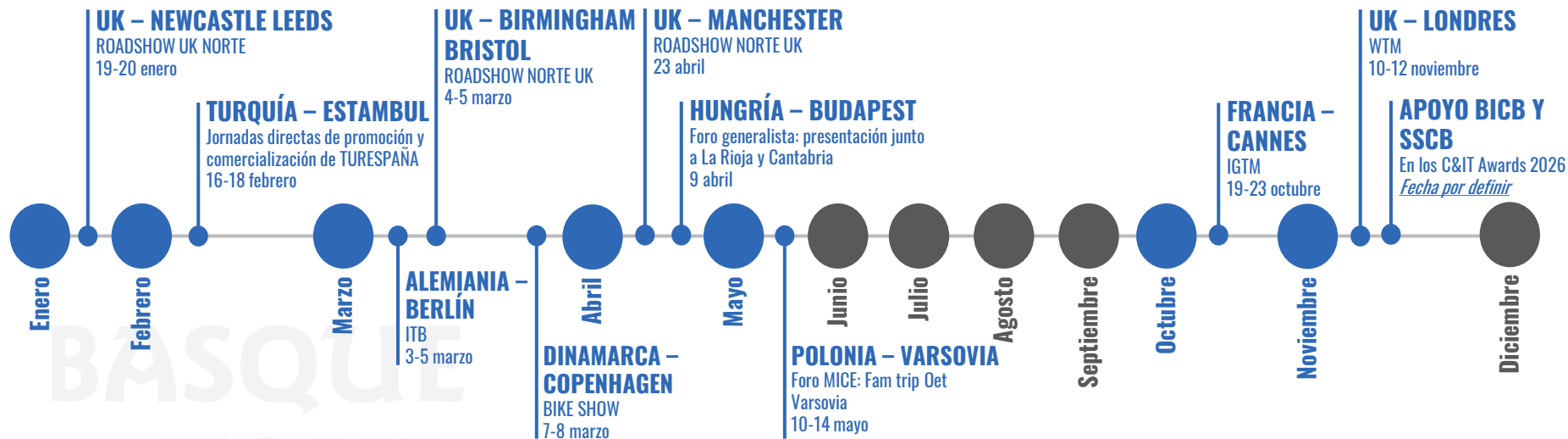


BASQUE
TOUR

★ **SUIZA – ZURICH**
Jornadas directas de promoción y
comercialización de Euskadi
Fecha por definir

★ **ESPAÑA – NAVARRA**
Jornadas inversivas de TURESPAÑA
mercado Europa
2º semestre: Fecha por definir

MERCADOS DE MEDIA DISTANCIA / DISTANTZIA ERTAINEKO MERKATUAK



★ CANADÁ – MONTREAL

Jornadas directas de promoción y comercialización mercado USA y Canadá

1º semestre: Fecha por definir

★ CHINA – HANGZHOU

Jornadas directas de promoción y comercialización de TURESPAÑA

2º semestre: Fecha por definir

★ CHINA – HONG KONG CANTON

Jornadas directas de promoción Euskadi

2º semestre: Fecha por definir

★ JAPÓN Y COREA – TOKIO Y SEUL

Jornadas directas de promoción y comercialización de TURESPAÑA

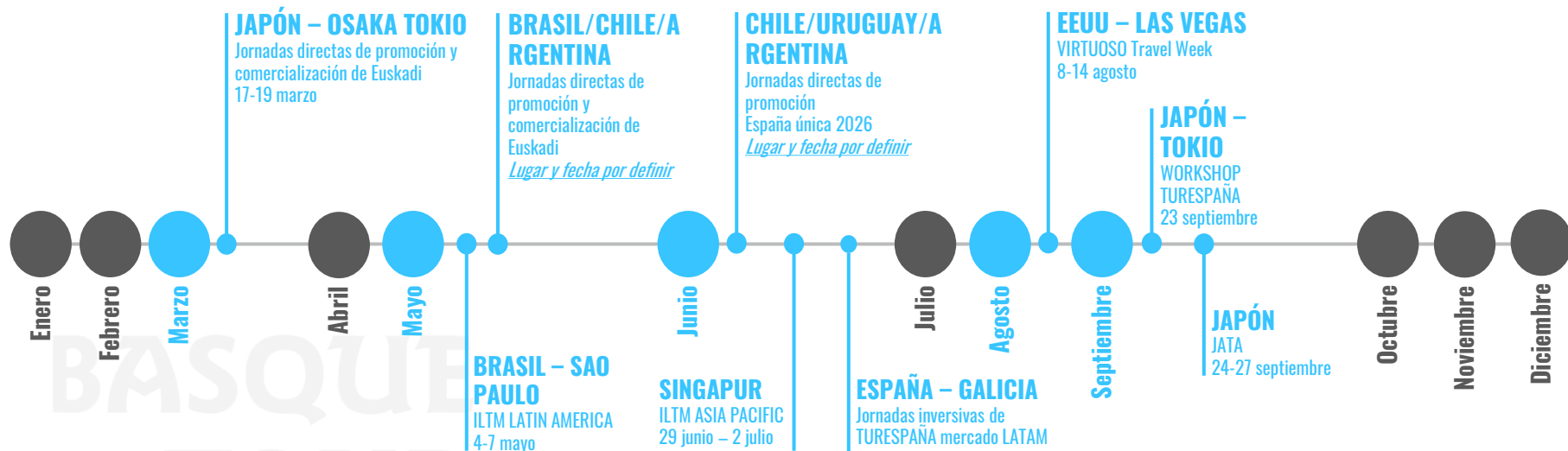
2º semestre: Fecha por definir

★ ESPAÑA – MÁLAGA

Jornadas inversivas de TURESPAÑA mercado Australia (Nueva Zelanda)

2º semestre: Fecha por definir

MERCADOS DE LARGA DISTANCIA / DISTANTZIA LUZEKO MERKATUAK



BASQUE
TOUR

BASQUE
TOUR

Euskadiren
kudatzailea
agencia vasca
de turismo



EUSKADI
BASQUE COUNTRY

2.4.

Acciones B2C – Plan de medios

B2C ekintzak – Baliabideen plana

Explicar la estrategia B2C y el plan de medios desde una lógica de audiencias y fases del funnel ayuda a comprender cómo se construye la relación con el viajero y cómo se acompaña su proceso de decisión. Este bloque permite visualizar el enfoque de medios y el uso de activos digitales para reforzar el posicionamiento del destino.

B2C estrategia eta hedabideen plana entzuleen eta funtzioaren faseen logikatik azaltzeak bidaiariarekiko harremana nola eraikitzen den eta haren erabaki-prozesua nola laguntzen den ulertzen laguntzen du. Bloke honek baliabideen ikuspegia eta aktibo digitalen erabilera bistaratzeko aukera ematen du, helmugaren posizionamendua indartzeko

Objetivos

Explicar el enfoque
estratégico del plan
de medios

Hedabideen planaren
ikuspegi estrategikoa
azaltzea

Mostrar ejemplos de
campañas y acciones
digitales

Kanpaina eta ekintza
digitalen adibideak
erakustea

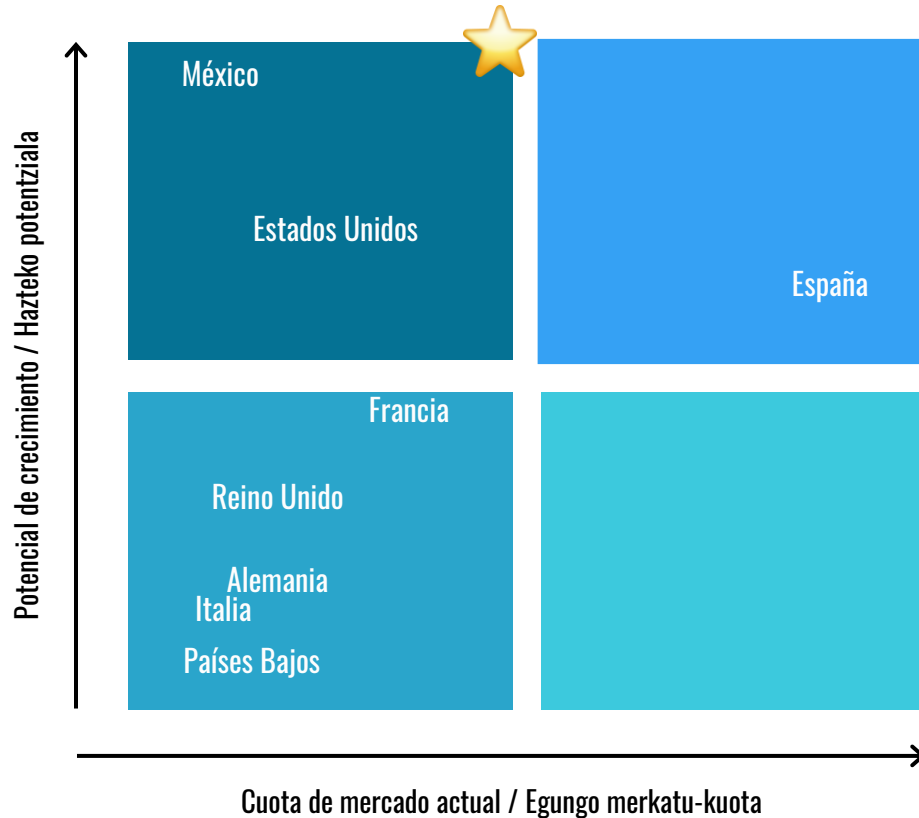
Alinear la estrategia
promocional con la
experiencia del
cliente

Sustapen-estrategia
bezeroaren
esperientziarekin
lerrokatzea

- **Plan de medios – licitado / Baliabideen plana – lizitatuta**
- **Puesta en marcha esperada – febrero-marzo 2026 / Aurreikusitako abiaraztea – 2026ko otsaila-martxoa**

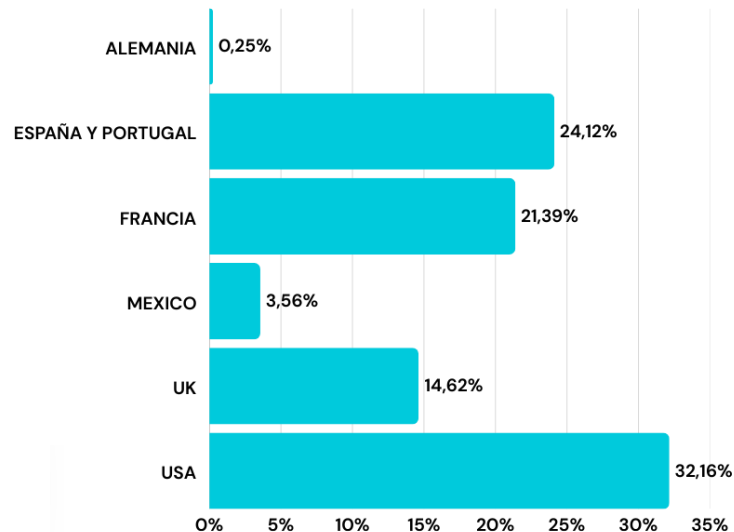
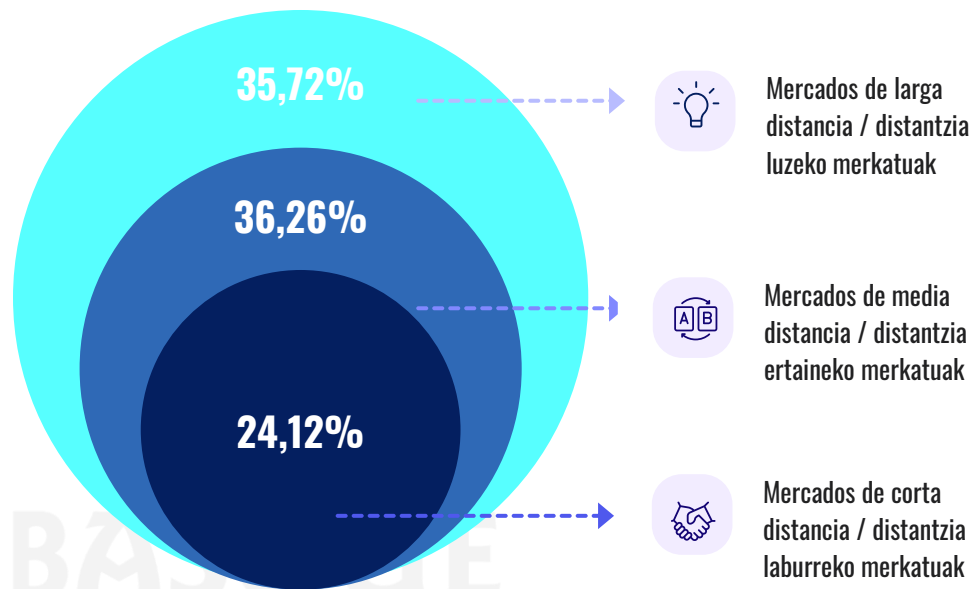
Rol estratégico de los mercados en la estrategia de Plan de Medios B2C / Merkatuen rol estrategikoa B2C Baliabideen Planaren estrategian

Invertir para sostener lo que funciona, construir lo que crece y no sobrerrepresentar lo que no escala /
Inbertitzea funtzionatzen duenari eusteko, hazten dena eraikitzeke eta eskalatzen ez duena gainez ez aurkezteko



BASQUE
TOUR

Distribución del presupuesto por mercado / Aurrekontuaren banaketa merkatuaren arabera



Distribución del presupuesto por mercado y fase del funnel

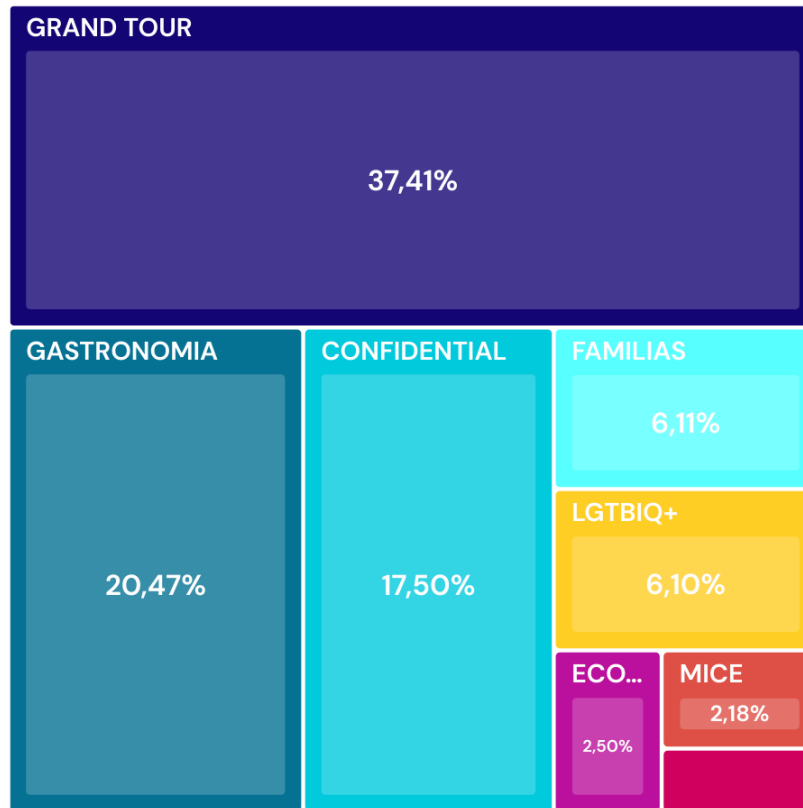
Aurrekontuaren banaketa merkatuaren eta funnelaren fasearen arabera

GRUPO DE MERCADO / MERKATU TALDEA	MERCADO / MERKATUA	FASE DEL FUNNEL / FUNNELAREN FASEA	% INVERSIÓN / INBERTSIOA
CORTA DISTANCIA / DISTANTZI LABURRA	ESPAÑA	Awareness	21,44%
		Conversión	1,58%
	PORTUGAL	Conversión	1,16%
TOTAL CORTA DISTANCIA / DISTANTZIA LABURRA GUZTIRA			24,18%
MEDIA DISTANCIA / DISTANTZIA ERTAINA	ALEMANIA	Awareness	0,25%
	FRANCIA	Awareness	16,26%
		Conversión	4,14%
	UK	Awareness	12,15%
		Conversión	2,47%
TOTAL MEDIA DISTANCIA / DISTANTZIA ERTAINA GUZTIRA			35,27%
LARGA DISTANCIA / DISTANTZIA LUZEA	MEXICO	Conversión	3,56%
	USA	Awareness	23,34%
		Conversión	8,82%
TOTAL LARGA DISTANCIA / DISTANTZIA LUZEA GUZTIRA			37,19%

**BASQUE
TOUR**

**Distribución del
presupuesto por
audiencia**

**Aurrekontuaren
banaketa entzuleen
arabera**



BASQUE
TOUR

2.5.

Presentación sobre los productos y soportes promocionales

Produktuen eta sustapen-euskarrien aurkezpena

Ordenar y priorizar los productos turísticos y sus soportes promocionales es clave para garantizar una comunicación coherente y eficaz del destino. Este bloque conecta la estrategia con los puntos de contacto físicos y digitales, facilitando su uso por parte de los agentes turísticos.

Turismo-produktuak eta haien sustapen-euskarriak antolatzea eta lehenestea funtsezkoa da helmugaren komunikazio koherentea eta eraginkorra bermatzeko. Bloke honek harreman-puntu fisiko eta digitalekin lotzen du estrategia, eta turismo-eragileek errazago erabil ditzakete.

Objetivos

Mostrar los productos y soportes promocionales disponibles

Eskuragarri dauden sustapen-produktuak eta -euskarriak erakustea

Facilitar una promoción alineada con la estrategia

Estrategiarekin bat datorren sustapena erraztea

Facilitar una promoción coherente del destino

Destinoaren sustapen koherentea erraztea

Portfolio de productos turísticos de Euskadi: priorización

Euskadiko turismo- produktuen portfolioa: lehenespena

Grand Tour

Producto transversal e integrador /
Zeharkako produktua eta integratzailea

Los productos “estratégicos” para Euskadi / Euskadirentzat “estrategikoak” diren produktuak:
Transversales, integradores y claves para construir el posicionamiento del destino: **lo que nos diferencia y nos singulariza** / Zeharkakoak, integratzaileak eta helmugaren posizionamendua eraikitzeko gakoak: **bereizten gaituena eta bereizten gaituena**

Gastronomía y vinos /
Gastronomia eta ardoak

Ciudades /
Hiriak

Cultura /
Kultura

Los productos que refuerzan la oferta turística de Euskadi / Euskadiko turismo-eskaintza indartzen duten produktuak:

La hacen más rica y diversa, y permiten llegar a segmentos de mercado especializados / Aberatsagoa eta anitzagoa egiten dute, eta merkatu-segmentu espezializatuetara iristeko aukera ematen dute

Naturaleza y Activo /
Izaera eta Aktiboa

Turismo Industrial /
Industria Turismoa

Eventos estratégicos /
Ekitaldi estrategikoak

LGTBIQ+

En familia /
turismo familiar

Confidential

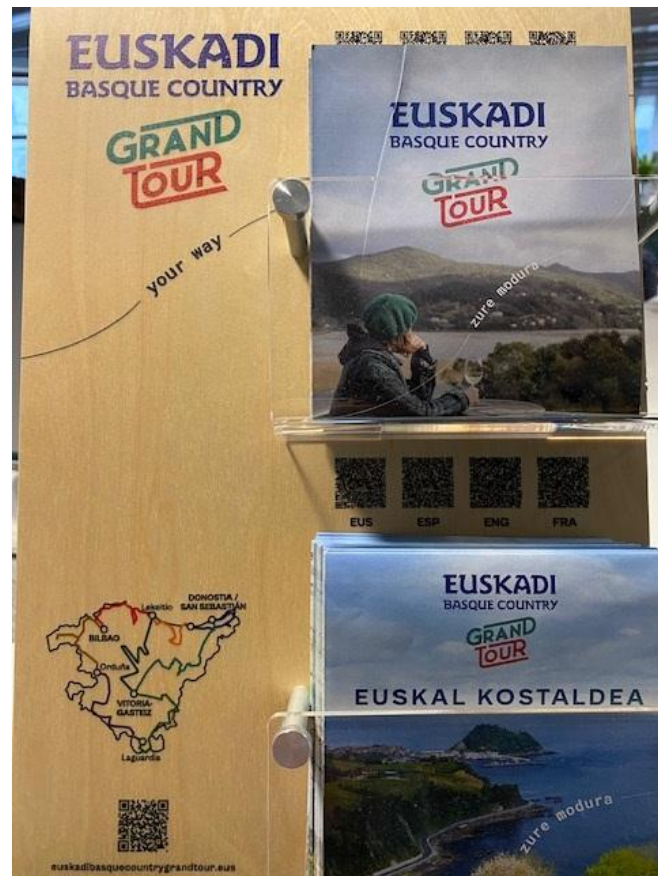
Golf

Segmentos-públicos en los que se trabajará una oferta específica (LGTBIQ+, Turismo en familia, Golf) /
Eskaintza espezifiko bat landuko den segmentu publikoak (LGTBIQ+, Turismoa familiar, Golfa)

MICE
(Meetings, Incentives,
Congress)

**Tótem expositor para hoteles
y oficinas de turismo**

**Hoteletarako eta turismo-
bulegoetarako totem
erakusketaria**



Eskerrik asko!