

DIRECCION DE TURISMO

INFORME DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN 2018
PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO 2017-2020

Departamento de Turismo, Comercio y Consumo

Euskadi, auzolana, bien común

EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO, COMERCIO Y CONSUMO

Índice

CONTEXTUALIZACIÓN

Pág. 3

METODOLOGÍA

Pág. 11

VISIÓN GLOBAL Y ESTADO DE SITUACIÓN DEL PLAN

Pág. 17

DETALLE DE LA SITUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

Pág. 61

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Pág. 91



CONTEXTUALIZACIÓN

Objeto de este informe

Objeto de este Informe

El **Programa de Gobierno de la XI Legislatura 2016-2020** contemplaba un total de **15 Planes estratégicos** que respondían a los objetivos marcados por el Consejo de Gobierno y que estaban alineados tanto con la "**Estrategia Europa 2020**", como con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, conocidos como 5P: *People; Prosperity; Peace; Planet y Partnership*.

Este planteamiento garantizaba la coherencia de la actividad de todo el Gobierno y la de éste con la estrategia europea y la de desarrollo sostenible global.

Entre los 15 planes estratégicos que recogía el Programa de Gobierno, se encuadraba naturalmente el **Plan Estratégico de Turismo, Comercio y Consumo** y más específicamente el **Plan Director del Turismo Vasco 2017-2020**. Ambos planes fueron aprobados en 2017 para el periodo 2017-2020.

El Programa de Gobierno 2016-2020 identificaba:

- ✓ **4 pilares**, 10 ejes estratégicos,
- ✓ **175 compromisos**, y
- ✓ **650 iniciativas**

El **Pilar que se relacionaba con el sector turístico era el Pilar I que llevaba por titulo El empleo, la reactivación y la sostenibilidad y se desplegaba**, en lo referente al **Turismo, en el Eje I.1, Un crecimiento sólido, con más y mejor empleo**.

El Gobierno consideraba que **el empleo era una prioridad estratégica y, en consecuencia, un eje básico de su actuación**. Para conseguir un empleo de más calidad se proclamaba que Euskadi necesitaba:

- **un tejido económico potente, abierto al mundo** y
- con una **mayor productividad** por medio de la innovación y de la cualificación de sus recursos humanos.

Objeto de este Informe

El sector turismo encajaba en este esquema estratégico. Un sector con una aportación al PIB cada vez mayor que ha pasado de representar un 5,2% en 2006 a un 6,1% en 2017 y que en este mismo periodo de tiempo prácticamente ha doblado su nivel de empleo.

Un sector que apuesta por un turismo de calidad y de valor añadido, lo que requiere personas cualificadas y mejor formadas. Pero también preocupado por lograr un turismo mas sostenible social, medioambiental y territorialmente.

El sector turismo hace honor así al titulo genérico de la Estrategia del XI Programa de Gobierno: El Desarrollo Humano Sostenible. Este enfoque es coherente también con la Visión que tiene el Departamento de la industria turística en el horizonte 2030:

- Crecer de un modo sostenible para consolidarse como un destino de excelencia y especializado, que sea referente en Europa

El Eje I.1, del Programa de la XI Legislatura, Un crecimiento sólido, con más y mejor empleo, estaba integrado por 32 compromisos específicos que asumía en Gobierno en su conjunto.

Concretamente, tres de estos compromisos afectaban directamente a la actividad turística:

- **Compromiso 28:** Fomento de la excelencia y la sostenibilidad en la actividad turística vasca
- **Compromiso 29**: Apuesta por el turismo experiencial
- **Compromiso 30:** Marca turística de País, Euskadi Basque Country

Cada uno de estos compromisos se desplegaba en el XI Programa de Legislatura en un conjunto de Iniciativas. Concretamente el compromiso 28 incluía 13 iniciativas, el compromiso 29 incorporaba 4 iniciativas y el compromiso 30 contemplaba 5 iniciativas.

A continuación se especifican las iniciativas del Programa de Gobierno por cada uno de estos compromisos.

Objeto de este Informe

Compromiso 28: Fomento de la excelencia y la sostenibilidad en la actividad turística vasca

- INICIATIVA 1: En el marco del Plan de Turismo, Comercio y Consumo 2017-2020 elaborar el Plan Director de Turismo
- INICIATIVA 2: Apoyar la creación de productos turísticos competitivos e incentivar iniciativas innovadoras en el ámbito de la actividad turística
- INICIATIVA 3: Fomentar la profesionalización del sector y proteger las profesiones turísticas.
- INICIATIVA 4: Favorecer la promoción de recursos turísticos de Euskadi.
- INICIATIVA 5: Fortalecer la comercialización de la oferta turística tanto en formatos convencionales, como propuestas innovadoras, incentivando la incorporación las nuevas tecnologías para la configuración de nuevas propuestas de valor en la oferta turística.
- INICIATIVA 6: Seguir apostando por el segmento de congresos, convenciones y ferias como destino de turismo MICE y por el turismo enogastronómico con el fin de convertir Euskadi en un referente a nivel mundial
- INICIATIVA 7: Impulsar diferentes ofertas de turismo atendiendo a la demanda especializada según el “target” de turista de excelencia
- INICIATIVA 8: Actualizar el marco normativo, proceder a la redacción del Plan de Ordenación Territorial del Turismo y desarrollar la implantación de sistemas de medición para un adecuado enfoque de las estrategias públicas y privadas del secto
- INICIATIVA 9: Incentivar las sinergias entre el turismo, el comercio y la restauración vasca, poniendo en valor iniciativas de éxito como el Basque Culinary Center.
- INICIATIVA 10: Adecuar las ayudas al sector turístico incorporando el criterio de sostenibilidad
- INICIATIVA 11: Actualizar el modelo de accesibilidad Turística de Eusk
- INICIATIVA 12: Desarrollar la implantación de una Señalética moderna, comprensible e integrada de todo el País.
- INICIATIVA 13: Impulsar el establecimiento de lazos de cooperación en materia turística con entornos próximos y/o que presenten similitudes con nuestro destino

Compromiso 29: Apuesta por el turismo experiencial

- Iniciativa 1: Priorización y definición de los principales recursos y experiencias turísticas.
- Iniciativa 2: Mejorar la oferta experiencial a través de convocatorias lanzadas al sector turístico y aportarle información para la mejora de la gestión.
- Iniciativa 3: Gestionar la oferta experiencial turística a través de un sistema de seguimiento, control y valoración.
- Iniciativa 4: Promover la difusión y desarrollo de la oferta experiencial en Euskadi a través de acciones promocionales

Compromiso 30: Marca turística de País, Euskadi Basque Country

- Iniciativa 1: Impulsar aquellos elementos que singularizan nuestro destino como elemento de referencia básica para el posicionamiento de la marca turística Euskadi Basque Country.
- Iniciativa 2: Colaborar en los proyectos de internacionalización de nuestras empresas turísticas para propiciar la captación de actividad turística.
- Iniciativa 3: Impulsar la marca Euskadi en los foros y ferias internacionales, atendiendo a la Estrategia de internacionalización de Euskadi Basque Country.
- Iniciativa 4: Proyectar Euskadi Basque Country como marca de país utilizando una estrategia de gestión institucional y de los agentes públicos y privados coordinada.
- Iniciativa 5: Promover el destino Euskadi Basque Country como elemento integrador y armonizador de la administración turística vasca.

Objeto de este Informe

Como veremos posteriormente, **estas iniciativas que eran compromisos asumidos por el Gobierno se alineaban**, como no podía ser de otra manera, **con las iniciativas propias del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo desplegadas en su Plan Director de Turismo**.

El **XI Programa de Gobierno sirvió de guía,** por tanto, para elaborar la propuesta estratégica del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo que en el apartado turístico se concretó Estrategia de Turismo Vasco 2030 y, muy especialmente, en el Plan Director de Turismo 2017-2020.

Este **Plan Director fijó inicialmente siete ejes estratégicos** sobre los que se articulaba su contenido. Estos Ejes entroncaban con los compromisos asumidos en el Programa de Gobierno.

Los siete Ejes del Plan Director se enunciaron como sigue, mostrándose entre paréntesis los compromisos del Gobierno con los que estaban asignados:

Eje 1: Oferta turística excepcional (compromiso 29)

Eje 2: Captación y fidelización (compromiso 29 y 30)

Eje 3: Comunidad local (compromiso 28)

Eje 4: Sostenibilidad (compromiso 28)

Eje 5: Competitividad (compromiso 28)

Eje 6: Territorio y Turismo (compromiso 28 y 29)

Eje 7: Gobernanza (compromisos 28,28 y 30)

Objeto de este Informe

Estos 7 ejes estratégicos se desplegaron en objetivos estratégicos, iniciativas y acciones, en total:

- 23 objetivos estratégicos,
- 28 iniciativas
- 86 acciones.

Las iniciativas propuestas en el Plan Director de Turismo Vasco 2017-2020 recogían los compromisos 28, 29 y 30 del Programa de Gobierno de la XI Legislatura, así como sus iniciativas asociadas.

Asimismo, la Visión de la industria se acompañaba de dos tipos de objetivos relacionados: objetivos socioeconómicos y valor para los socios.

Los primeros hacían mención a la necesidad de mejorar el crecimiento, mas productividad y mas sostenibilidad. Los segundos eran de carácter cuantitativo.

Indicadores generales

	2016	2017	2018	Objetivo 2030
Gasto medio per cápita por día	163	Pen.	Pen.	225

	2016	2017	2018	Objetivo 2030
Estancia media	1,92	1,98	Pen.	2,2

	2016	2017	2018	Objetivo 2030
Turistas fuera de las capitales	35%	Pen.	Pen.	45%

Objeto de este Informe

Los objetivos estratégicos relacionados con el Eje 1 se definieron como siguen:

1A. Desplegar la puesta en valor de los recursos turísticos más relevantes

1B. Disponer de una propuesta de valor atractiva para los clientes de Euskadi

1C. Introducir un sistema simplificado de Buenas Prácticas Turísticas

Los objetivos vinculados al Eje 2 fueron los siguientes:

2A. Conquistar clientes de una manera más eficaz

2B. Aumentar la retención y fidelización de los clientes

2C. Atraer a más empresas y aumentar su satisfacción

El eje 3 tenia como objetivos estratégicos:

3A. Crear mejores condiciones para la sociedad vasca

3B. Fortalecer el pequeño comercio y los artesanos de calidad

3C. Promover el consumo de productos locales de calidad

3D. Incrementar el número de MiPymes turísticas

En relación al Eje 4, los objetivos establecidos fueron:

4A. Crear mejores condiciones para los turistas

4B. Crear mejores condiciones para las empresas y fomentar la creación de empleo de calidad

4C. Reducir la huella ecológica de la industria turística

Al eje 5 se vinculaban los siguientes objetivos:

5A. Disponer de un capital humano más competitivo

5B. Desarrollar el marco legal y regulatorio

5C. Ampliar la innovación, modernizar y digitalizar el sector

5D. Crear una propuesta de valor atractiva para los inversores

En relación al eje 6, los objetivos establecidos fueron:

6A. Activar el marco de planificación turística del territorio

6B. Hacer una planificación avanzada del territorio turístico

6C. Facilitar una buena implementación del plan

Por ultimo, en relación al eje 7:

7A. Establecer un buen sistema de gobernanza moderna

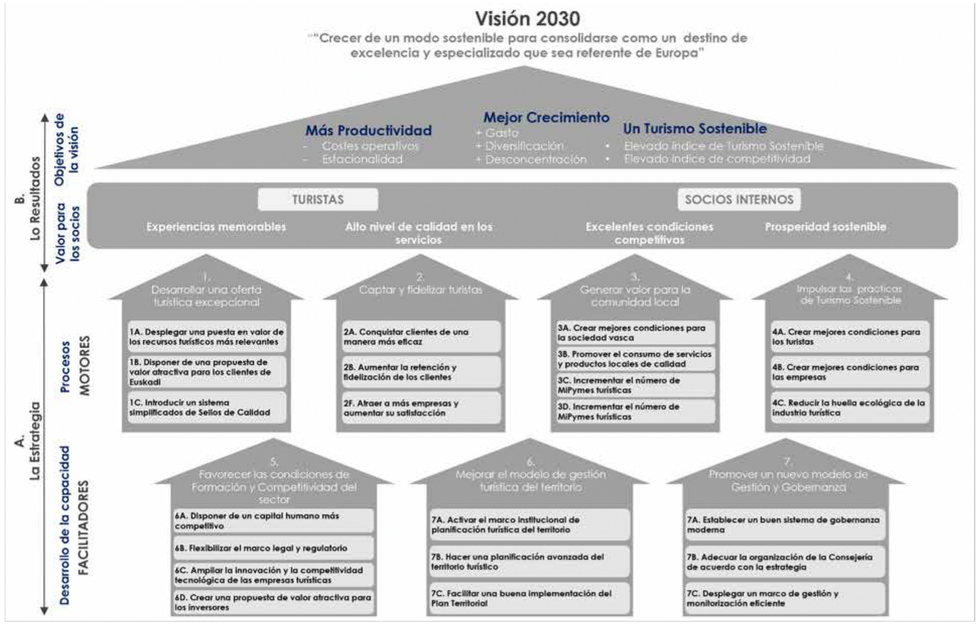
7B. Adecuar la organización de la Consejería de acuerdo con la estrategia

7C. Desplegar un marco de gestión y monitorización eficiente

Objeto de este Informe

Estos objetivos estratégicos tienen un indicador (medida) y un objetivo concreto definido. A cada objetivo estratégico, se le asocian una o varias iniciativas.

En total, el Plan Director tiene definidas 28 iniciativas, cada una con sus acciones correspondientes. El objetivo del presente documento es conocer el grado de avance de las iniciativas propuestas y el grado de consecución de los objetivos establecidos.

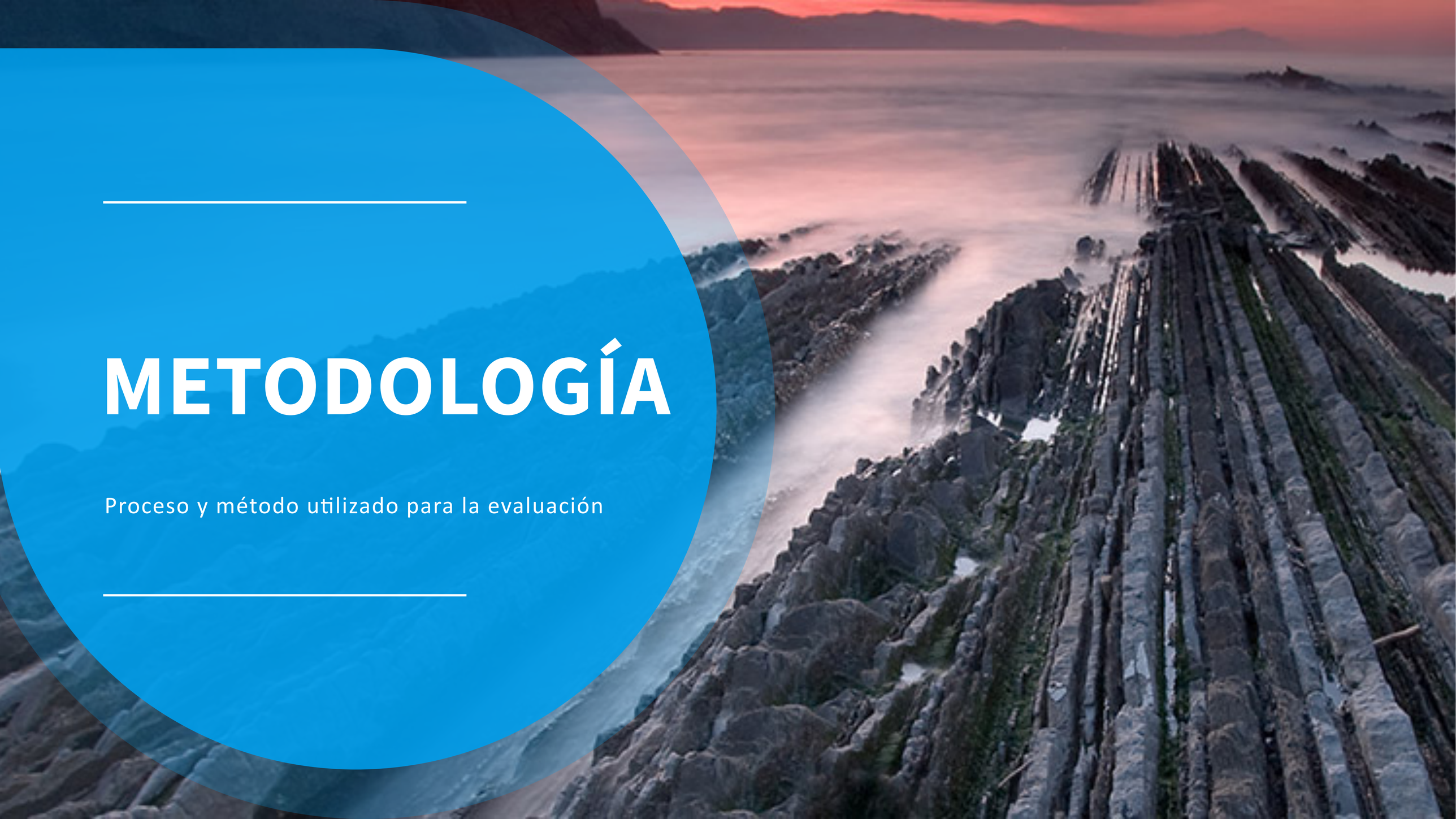


Objeto

Este documento se enmarca en un procedimiento de seguimiento previsto por el Gobierno referente al ejercicio 2018, realizado con la información disponible en el mes de enero de 2019

METODOLOGÍA

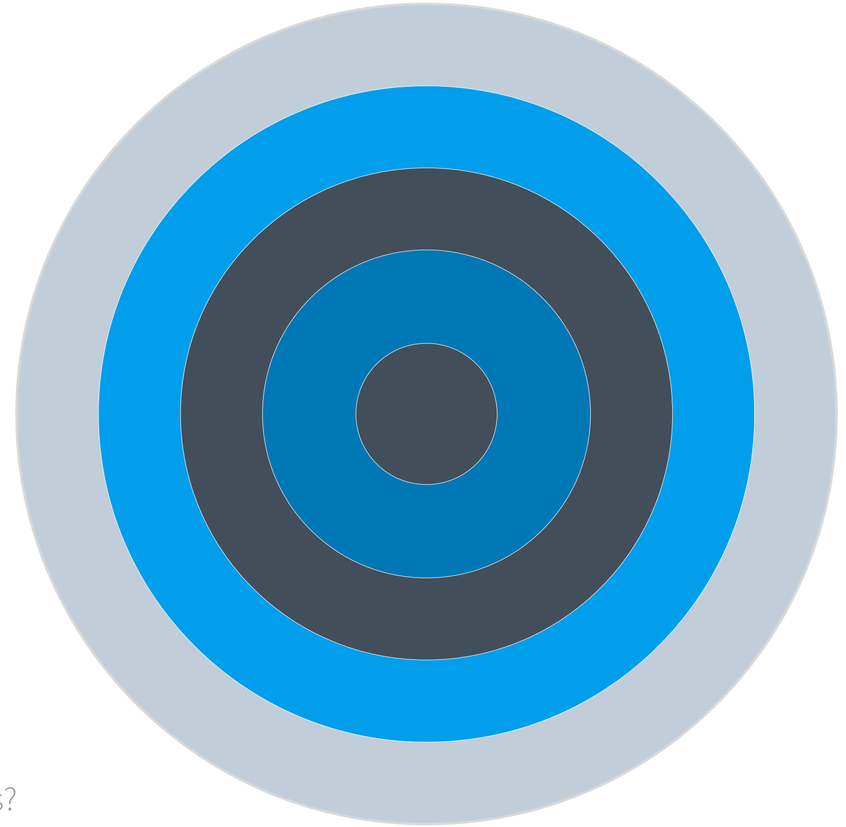
Proceso y método utilizado para la evaluación



Proceso y método utilizado para la evaluación

El objetivo principal del sistema de seguimiento y evaluación es **identificar problemas proactivamente y luego tomar medidas correctivas** a través de un proceso de generación permanente de información.

A partir del planteamiento que se acaba de señalar, las **preguntas de evaluación** a las que se quiere dar respuesta mediante esta evaluación final son las siguientes:



Pregunta 1

¿cuáles de los objetivos inicialmente planteados en el Plan han sido alcanzados?

Pregunta 2

¿Se han cumplido las metas que el propio Plan se fijaba?

Pregunta 3

¿En qué situación están las iniciativas que han podido contribuir a la consecución de los objetivos?

Proceso y método utilizado para la evaluación

Para dar respuesta a estos interrogantes, se ha recurrido fundamentalmente a dos aproximaciones metodológicas, en función de las cuales se articula la estructura de este informe: El sistema propuesto evaluará por separado dos elementos clave del BSC: las métricas e indicadores y las iniciativas y sus acciones.

Seguimiento de métricas e indicadores

(1er nivel)

El seguimiento del Plan Director de Turismo Vasco 2017-2020 tendrá como objetivo la monitorización de las métricas y los indicadores (KPIs) asociados a los objetivos estratégicos propuestos en el BSC del plan.

Para ello, trabajaremos con 4 dimensiones:

Objetivo Estratégico

Fines o metas desarrolladas a nivel estratégico que el departamento pretende alcanzar.

Medida

Indicadores (KPIs) asociados a los objetivos estratégicos propuestos en el BSC del plan.

Valor Objetivo anual

Valor fijado anual para la media elegida.

Valor Real 2018

Valor de la medida alcanzado en 2018.

Proceso y método utilizado para la evaluación

A su vez, los criterios para valorar el objetivo de esta evaluación (objetivos y plan de acción) han sido los siguientes:

	Medidas	Iniciativas	Valor objetivo	Valoración responsables
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	✓	✓		
MEDIDAS			✓	
INICIATIVAS				✓
ACCIONES				✓

Proceso y método utilizado para la evaluación

Seguimiento del grado de ejecución en el despliegue de las iniciativas

(2º nivel)

Para valorar el grado de implementación de cada una de las iniciativas y los paquetes de trabajo de las mismas (acciones), se utilizará el siguiente sistema de valoración, tal como se indica en la tabla siguiente.

Para poder obtener un número o aproximación que nos permita medir el grado de avance de una iniciativa, se realizará un promedio del valor de avance de sus acciones.

Cabe recalcar, que estas valoraciones son subjetivas a opinión del responsable asignado a las mismas y en esta evaluación, se tomará su opinión como medida válida.

GRADO DE AVANCE	
100%	Iniciativa/acción completada
75%	Iniciativa/acción en fase de maduración en la que todavía faltan algunas tareas para su completa finalización
50%	Iniciativa/acción en fase de ejecución
25%	Iniciativa/acción planificada o en la que ya se han realizado algunas tareas iniciales
0%	Iniciativa/acción no realizada o desestimada

Agentes implicados

El trabajo de valoración de las iniciativas así como de su agrupación en acciones, se ha llevado a cabo con una buena parte del equipo del departamento así como de Basquetour.

Entre ellos, agradecer el trabajo y dedicación de esta evaluación.

Proceso y método utilizado para la evaluación

Euskadi, auzolana, bien común

EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO, COMERCIO Y CONSUMO

BASQUE TOUR

turismoaren euskal agentzia

agencia vasca de turismo



VISIÓN GLOBAL Y ESTADO

De situación del plan

SITUACIÓN DEL PLAN

Como ya se ha comentado, el Plan se estructuraba originalmente en:

- 23 objetivos estratégicos
- 28 iniciativas
- 86 acciones

Durante el periodo 2018, se ha realizado un ejercicio de revisión del plan y aclaración de las acciones para la consecución de los objetivos. Ese trabajo de actualización y adaptación del Plan, ha generado principalmente:

ACTUALIZACIÓN + PRIORIZACIÓN

- Replanteamiento de acciones y/o incorporación de nuevas **(ACTUALIZACIÓN)**
- Modificación de las fechas de inicio-fin de las acciones **(PRIORIZACIÓN)**

A continuación se detalla el mapa de priorizaciones de las acciones, para posteriormente mostrar el listado de las nueva acciones a poner en marcha y su encaje en la estructura del Plan.

ACTUALIZACIÓN ACCIONES

El trabajo de valoración de las iniciativas así como de su agrupación en acciones, se ha llevado a cabo con una buena parte del equipo del Departamento así como de Basquetour.

SITUACIÓN DEL PLAN

PARA EL EJE 1: DESARROLLAR UNA OFERTA EXPERIENCIA TURÍSTICA EXCEPCIONAL:

- Y LA INICIATIVA: 2 Lanzar la iniciativa “nuevos productos”, se ha incorporado la acción:
  - ✓ 2.4 Desarrollar el portfolio de productos A,B y C establecidos en la matriz del PMK
- Y la iniciativa 5: 5. Desplegar un sistema simplificado de Buenas Prácticas de Calidad de los servicios turísticos, se han incorporado las acciones:
  - ✓ 5.4 Rediseño de los programa de calidad turística en colaboración con agentes especializados a nivel nacional e internacional, con el fin de agilizarlos y facilitar la integración con otros proyectos, logrando un sistema de gestión integral sostenible en el tiempo que mejore la competitividad de las empresas.
  - ✓ 5.5 Adaptar el Modelo de Accesibilidad Turística de Euskadi dentro de un concepto amplio de calidad turística, adecuándolo a nuevos sectores e incorporándolo a los programas de calidad gestionados desde Basquetour para impulsar su implantación.
  - ✓ 5.6 Implementar un sistema de control y seguimiento de la Calidad percibida

PARA EL EJE 2: CAPTAR Y FIDELIZAR TURISTAS:

- Y la iniciativa 8. Implantar el modelo de desarrollo de mercados, se ha incorporado la acción:
  - 8.4 Promoción (Ferias promocionales, JJDD, JJII, fam trips, Press trips etc)

PARA EL EJE 4: IMPULSAR LAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE:

- Y la iniciativa 18: Informar y sensibilizar al sector sobre reducción de la huella ecológica, se ha incorporado la acción
  - ✓ 18.3 Implantar sistemas de gestión ambientales

SITUACIÓN DEL PLAN

Para la priorización de las acciones, se ha seguido la siguiente escala:

0

Replanteada

La acción por ahora no se va a llevar a cabo

1

Poco importante

La acción no es una prioridad y puede aplazarse priorizando el resto de acciones si prioritarias

2

Importante pero no urgente

La acción se va a llevar a cabo y se planificará sin carácter urgente

3

Importante y urgente

La acción se va a llevar a cabo y lo antes posible

PRIORIZACIÓN ACCIONES

El resultado de la priorización de las acciones del Plan se ha llevado a cabo conjuntamente con los Directores de Turismo y Basquetour y en coordinación con los responsables de las distintas áreas.

SITUACIÓN DEL PLAN

El Eje 1 *Desarrollar una oferta turística excepcional*, estará centrado en:

Acciones con prioridad 2 y 3

1.2 Identificar recursos turísticos a recuperar/ potenciar

1.3 Elaborar planes de actuación y realizar seguimiento especial a recursos “top”, en combinación con la oferta experiencial de Euskadi

2.1 Identificar oportunidades que ayuden a desestacionalizar y descentralizar los flujos por el territorio

2.2 Crear y comunicar de forma efectiva la oferta de productos de interés especial

2.3 Impulsar la creación de itinerarios / potenciar “The Basque Route”

2.4 Desarrollar el portfolio de productos A,B y C establecidos en la matriz del PMK

4.3 Poner en marcha la comunicación de EBMIE que posicione Euskadi como destino relevante para el turismo de reuniones

5.1 Definir los criterios de calidad a seguir para 2/3 productos en base a la experiencia y metodología de “Euskadi Gatronomika” para ampliar el código de buenas prácticas

5.2 Desplegar el código de buenas prácticas de calidad en colaboración con las asociaciones relevantes de los productos elegidos

5.3 Implementar un sistema de control y seguimiento (on/off -line) para los 2/3 productos

5.4 Rediseño de los programa de calidad turística en colaboración con agentes especializados a nivel nacional e internacional, con el fin de agilizarlos y facilitar la integración con otros proyectos, logrando un sistema de gestión integral sostenible en el tiempo que mejore la competitividad de las empresas.

5.5 Adaptar el Modelo de Accesibilidad Turística de Euskadi dentro de un concepto amplio de calidad turística, adecuándolo a nuevos sectores e incorporándolo a los programas de calidad gestionados desde Basquetour para impulsar su implantación.

5.6 Implementar un sistema de control y seguimiento de la Calidad percibida



Eje 1 Eje 2 **Eje 3** **Eje 4** Eje 5 Eje 6 Eje 7

SITUACIÓN DEL PLAN

El Eje 2 *Captar y fidelizar turistas*, estará centrado en:

Acciones con prioridad 2 y 3

6.3. Establecer acciones dirigidas a los públicos más atractivos (en términos de rentabilidad y gasto)

7.1 Definir la estrategia de marketing tecnológico (MARTECH)

7.2 Implementar la estrategia

7.3 Programar anualmente las acciones promocionales a desarrollar en los mercados objetivo y su coordinación con agentes implicados

7.4 Generar el Plan de Contenidos

8.4 Promoción (Ferias promocionales, JJDD, JJII, fam trips, Press trips etc)

9.1 Definir la estrategia de fidelización

9.2 Desarrollar la infraestructura operativa y analítica

9.3 Establecer la estructura de comunicación 9.4 Definir el modelo de gestión del sistema de CRM

10.1 Desarrollar la oferta de servicios desde Basquetour

10.2 Redefinir el modelo de cooperación con los entes de promoción

11.1 Identificar los ámbitos de análisis y las fuentes y puesta en marcha de herramientas y sistemas de captación de datos de forma automatizada

11.2 Adecuar la organización y presupuesto a las necesidades (ver punto 6.3 del PDTV para más detalle de esta acción)

11.3 Impulsar la gestión de informes por mercado para mejorar la toma de decisiones y el diseño de estrategias de marketing



SITUACIÓN DEL PLAN

El Eje 3 *Generar valor para la comunidad local*, estará centrado en:

Acciones con prioridad 2 y 3

12.1 Promover la puesta en marcha de mecanismos de generación de efecto positivo del turismo para la sociedad vasca

12.2 Impulsar acciones de sensibilización

12.3 Establecer mecanismos de medición del nivel de satisfacción de la ciudadanía con el turismo

14.2 Promover la cultura local como elemento diferneciador en la oferta de la industria turística

14.3 Promover el consumo de productos típicos Y de calidad a los turistas

15.1 Facilitar las inversiones para la economía local

15.2 Crear una línea de actuación para apoyar al emprendimiento y dar acompañamiento a las MiPymes turísticas



SITUACIÓN DEL PLAN

El Eje 4 *Impulsar las prácticas de Turismo Sostenible*, estará centrado en:

Acciones con prioridad 2 y 3

16.1 Desplegar la Carta de Derechos y Obligaciones del turista en Euskadi

16.2 Mejorar la información y la comunicación con el turista en el destino. (Itourbask)

17.1 Consensuar el Código Ético del turismo a Euskadi con el sector

17.2 Fomentar la generación de empleo de calidad

18.1 Informar y sensibilizar la industria sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental

18.3.- Implantar sistemas de gestión ambientales.



SITUACIÓN DEL PLAN

El Eje 5 *Favorecer las condiciones de Formación y Competitividad del sector*, estará centrado en:

Acciones con prioridad 2 y 3

19.1 Actualizar el diagnóstico de necesidades formativas (no reglada) en el ámbito del turismo

19.3 Colaborar con organismos competentes y con la industria para el desarrollo de una oferta dEformación en turismo atractiva y real y que aporte valor

19.4. Poner en marcha planes formativos para mejorar la capacitación de los técnicos.

20.1 Desplegar la Ley del turismo

20,3. Impulsar un repositorio online para temas legales

21.1 Identificar innovaciones y nuevas tecnologías

21.3 Apoyar la modernización y digitalización del sector turístico

22.1 Crear un Marco de colaboración con SPRI y/u otros organismos públicos para la Inversión turística



SITUACIÓN DEL PLAN

El Eje 6 *Mejorar el modelo de gestión turística del territorio*, estará centrado en:

Acciones con prioridad 2 y 3

24.1 Iniciar el Plan Territorial Sectorial de Turismo

25.3 Gestión de ayudas (ver punto 6.3 del PTDV para más detalle de esta acción)



SITUACIÓN DEL PLAN

El Eje 7 *Promover un nuevo modelo de gestión y gobernanza*, estará centrado en:

Acciones con prioridad 2 y 3

26.1 Implicar los actores públicos y privados en la gestión del turismo

26.3 Fomentar la mejora de la conectividad del destino mediante la cooperación interinstitucional

27.1 Implantar un nuevo esquema organizativo (Consejería, Basquetour, Itourbask…)

27.2 Impulsar un plan de formación

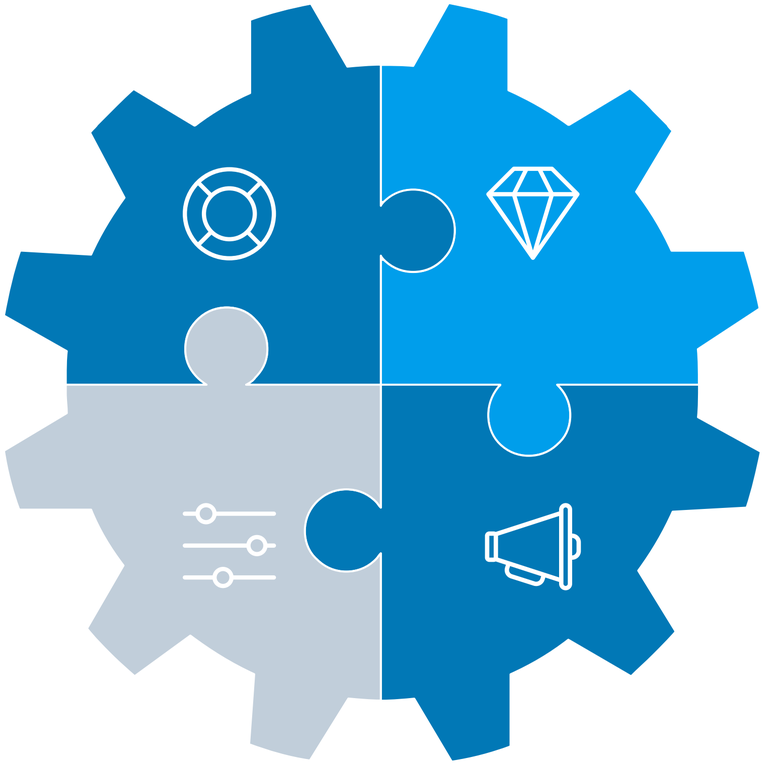
27.3 Impulsar la consecución de los recursos adecuados a la Consejería (ver punto 6.3 del PDTV para más detalle de esta acción)

28.2 Adecuar el Observatorio del Turismo de Euskadi a los requerimientos de un sistema de inteligencia competitiva del turismo



Visión general y estado de

SITUACIÓN DEL PLAN



En un proceso de reflexión como es un Plan Estratético, se suele acotar su tiempo de implantación y de obtención de resultados a unos meses o años vista. En el Plan Estratégico de Turismo su periodo de vigencia es de 2017-2020.

Es por eso, que una evaluación intermedia para el 2018, es una foto estática del trabajo de implantación del Plan y por lo tanto, una vision parcial del trabajo que en algunos caso, tienen una extension plurianual.

Para un mejor entendimiento de la situación a 2018 del plan, se estructura la vision general y estado de situación del Plan en:

- ✓ Evaluación general por eje
- ✓ Evaluación por objetivos

EVALUACIÓN POR EJES



Eje 1 Eje 2 Eje 3 Eje 4 Eje 5 Eje 6 Eje 7

Visión general

EVALUACIÓN POR EJES Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

EJE 1: DESARROLLAR UNA OFERTA TURÍSTICA EXCEPCIONAL

- 1A. Desplegar la puesta en valor de los recursos turísticos más relevantes
- 1B. Disponer de una propuesta de valor atractiva para los clientes de Euskadi
- 1C. Introducir un sistema simplificado de Buenas Prácticas Turísticas

EJE 2: CAPTAR Y FIDELIZAR TURISTAS

- 2A. Conquistar clientes de una manera más eficaz — P
- 2B. Aumentar la retención y fidelización de los clientes — P
- 2C. Atraer a más empresas y aumentar su satisfacción

EJE 3: GENERAR VALOR PARA LA COMUNIDAD LOCAL

- 3A. Crear mejores condiciones para la sociedad vasca
- 3B. Fortalecer el pequeño comercio y los artesanos de calidad
- 3C. Promover el consumo de productos locales de calidad — P
- 3D. Incrementar el número de MiPymes turísticas — P

EJE 4: IMPULSAR LAS PRÁCTICAS DE TURISMO RESPONSABLE

- 4A. Crear mejores condiciones para los turistas — P
- 4B. Crear mejores condiciones para las emp. y fomentar la creación de empleo de calidad — P
- 4C. Reducir la huella ecológica de la industria turística

EJE 5: FAVORECER LAS CONDICIONES DE FORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

- 5A. Disponer de un capital humano más competitivo
- 5B. Desarrollar el marco legal y regulatorio — P
- 5C. Ampliar la innovación, modernizar y digitalizar el sector
- 5D. Crear una propuesta de valor atractiva para los inversores

EJE 6: MEJORAR EL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO

- 6A. Activar el marco de planificación turística del territorio
- 6B. Hacer una planificación avanzada del territorio turístico
- 6C. Facilitar una buena implementación del plan

EJE 7: PROMOVER UN NUEVO MODELO DE GESTIÓN Y GOBERNANZA

- 7A. Establecer un buen sistema de gobernanza moderna
- 7B. Adecuar la organización de la Consejería de acuerdo con la estrategia
- 7C. Desplegar un marco de gestión y monitorización eficiente

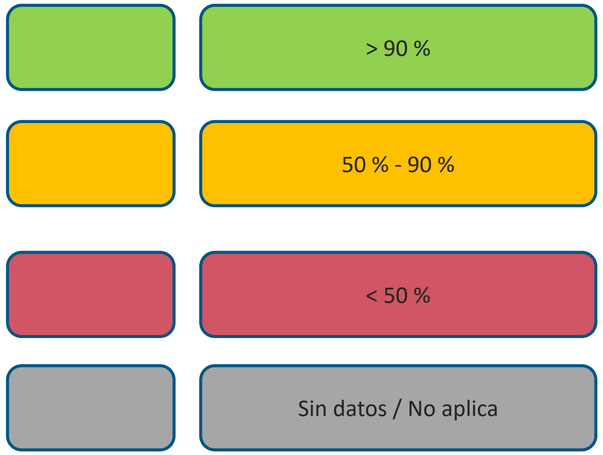
Grado avanzado de cumplimiento

No priorizado

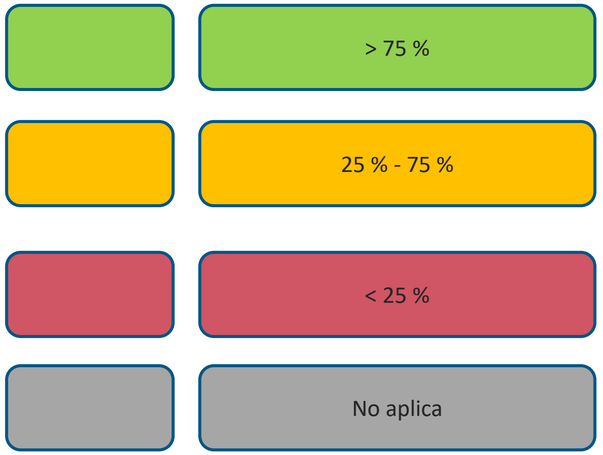
P — No se dispone de suficientes datos en la fecha para poder realizar la evaluación

EVALUACIÓN POR OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Escala medidas



Escala iniciativas



EVALUACIÓN POR OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Eje 1 | Eje 2 | Eje 3 | Eje 4 | Eje 5 | Eje 6 | Eje 7

DESARROLLAR UNA OFERTA TURÍSTICA EXCEPCIONAL

- 1A. Desplegar la puesta en valor de los recursos turísticos más relevantes
- 1B. Disponer de una propuesta de valor atractiva para los clientes de Euskadi
- 1C. Introducir un sistema simplificado de Buenas Prácticas Turísticas

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1A. Desplegar la puesta en valor de los recursos turísticos más relevantes

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Número de recursos relevantes puestos en valor (acumulado)	0	0		Se ha comenzado su puesta en marcha

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
1. Activar una iniciativa de puesta en valor de recursos turísticos relevantes	2	58,33 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	
	Aunque la iniciativa no estaba prevista empezar en 2018 (valor meta 2018 era 0), se ha priorizado y ya tiene un grado de ejecución superior al 50%.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1B. Disponer de una propuesta de valor atractiva para los clientes de Euskadi

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
N.º de nuevos productos lanzados (acumulado)	0	0		Se ha iniciado su puesta en marcha
N. º de experiencias desarrolladas (anualmente)	2	0		Estaba previsto desarrollar dos experiencias de “marca” pero, finalmente, este objetivo no fue priorizado en 2018.
Grado de satisfacción de colaboradores y el sector con respecto a los servicios ofrecidos (anualmente)	0	0		No priorizado para 2018. Además, no estaba previsto tener dato este año.

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
2 Lanzar la iniciativa “Nuevos Productos”	2,7	68,75 %	
3. Activar la iniciativa “Euskadi Experiencial”	1	58,33 %	
4. Activar la iniciativa Euskadi “Boutique Meetings, Incentives &Events”	0,7	0 %	se ha potenciado las boutique meetings a través de la nueva guía mice

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	2 de las acciones ya están en un grado de ejecución superior al 50%. Además, se ha conseguido poner en marcha nuevos productos aún no estando previsto para el 2018

OBJETIVO ESTRATÉGICO 1C. Introducir un sistema simplificado de Buenas Prácticas Turísticas

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Grado de satisfacción del cliente a lo largo del ciclo de viaje (acumulado)	7/10			Se ha modificado el criterio de valoración. 57,8% de los turistas valoran muy positivamente el destino y un 41,6% bastante positivo.

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
5. Desplegar un sistema simplificado de Buenas Prácticas de Calidad de los servicios turísticos	2,7	87,50 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

Se ha mejorado la valoración de los turistas respectos años anteriores. Además, el grado de ejecución de la iniciativa está muy avanzado.

EVALUACIÓN POR OBJETIVOS



Eje 1 | Eje 2 | Eje 3 | Eje 4 | Eje 5 | Eje 6 | Eje 7

CAPTAR Y FIDELIZAR TURISTAS

- 2A. Conquistar clientes de una manera más eficaz
- 2B. Aumentar la retención y fidelización de los clientes
- 2C. Atraer a más empresas y aumentar su satisfacción

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2A. Conquistar clientes de una manera más eficaz

MEDIDAS	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Número de recursos relevantes puesto en valor (acumulado)	0	0		Se ha comenzado su puesta en marcha
% Presupuesto en Marketing online sobre el total presupuesto marketing (anualmente)	15 %	12 %		Se consigue el 80 % de la meta prevista
Incremento del rendimiento de la web y de las redes sociales (acumulado)	+ 10 %			
Nº de Colaboradores en la red de "amigos" de Euskadi	10			

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
6. Desarrollar una estrategia de comunicación integrada del marketing (CIM)	1,3	%	
7. Lanzar una iniciativa de Marketing Tecnológico (MARTECH)	2,5	0 %	Presupuesto para 2019 para contratar expertos en marketing tecnológico y marque la estrategia
8. Implantar el modelo de desarrollo de mercados	0,7	50 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	No se dispone de suficientes datos en la fecha para poder realizar la evaluación

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2B. Aumentar la retención y fidelización de los clientes

MEDIDAS	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Porcentaje de registros de clientes y empresas en la BBDD del CRM (anualmente)	+ 30 %			Repetición de turistas: en 2018 se han dado más casos de nuevos turistas (propiciado probablemente por lo novedoso del destino) que repetidores en sí, lo cual no se valora necesariamente como negativo
Índice de repetición del turista (anualmente)	57 %	47,3 %		Meta alcanzada al 83 %

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
9. Lanzar la iniciativa CRM-E	2,2	58,33 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	No se dispone de suficientes datos en la fecha para poder realizar la evaluación

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2C. Atraer a más empresas y aumentar su satisfacción

MEDIDAS	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Nº de nueva empresas afiliadas a Basquetour (acumulado)	10			Este objetivo no ha sido priorizado en el 2018
Grado de satisfacción a los servicios ofrecidos (anualmente)	7,5/10			Este objetivo no ha sido priorizado en el 2018
Grado de satisfacción respecto a la calidad y utilidad de la información (acumulado)	7,0/10			El Sistema de Inteligencia de Mercado de Euskadi se encuentra en fase diseño y desarrollo

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
10. Impulsar una iniciativa innovadora de soporte en marketing para la industria	1,3	0 %	No realizado
11. Activar el Sistema de Inteligencia de Mercado de Euskadi (SIME)	2,3	%	El Sistema de Inteligencia de Mercado de Euskadi se encuentra en fase diseño y desarrollo

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	Este objetivo no ha sido priorizado para el 2018.

EVALUACIÓN POR OBJETIVOS

Eje 1 | Eje 2 | Eje 3 | Eje 4 | Eje 5 | Eje 6 | Eje 7

GENERAR VALOR PARA LA COMUNIDAD LOCAL

- 3A. Crear mejores condiciones para la sociedad vasca
- 3B. Fortalecer el pequeño comercio y los artesanos de calidad
- 3C. Promover el consumo de productos locales de calidad
- 3D. Incrementar el número de MiPymes turísticas

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3A. Crear mejores condiciones para la sociedad vasca

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Grado de satisfacción de la ciudadanía con el turismo (anualmente)	7,0/10			DICKY

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
12. Poner en marcha la iniciativa “Beneficios del Turismo para la sociedad vasca”	3	75 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

Existe un gran desarrollo de la iniciativa realizado y con resultados satisfactorios.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3B. Fortalecer el pequeño comercio y los artesanos de calidad

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Nº de comercios y artesanos adheridos (acumulado)	20			Este objetivo no ha sido priorizado en el 2018

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
13. Lanzar la iniciativa “De Compras en Euskadi”	0,6	0 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	Este objetivo no ha sido priorizado en el 2018

OBJETIVO ESTRATÉGICO 3C. Promover el consumo de productos locales de calidad

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Nº de empresas adheridas (acumulado)	50			

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
14. Activar la iniciativa “Made in Basque Country”	1,6	%	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	No se dispone de suficientes datos en la fecha para poder realizar la evaluación

OBJETIVO ESTRATÉGICO	3D. Incrementar el número de MiPymes turísticas

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Nº de nuevas empresas turísticas (anualmente)	15			

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
15. Poner en marcha la iniciativa “MiPymes+”	2	%	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	No se dispone de suficientes datos en la fecha para poder realizar la evaluación

EVALUACIÓN POR OBJETIVOS

Eje 1 | Eje 2 | Eje 3 | **Eje 4** | Eje 5 | Eje 6 | Eje 7

IMPULSAR LAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

- 4A. Crear mejores condiciones para los turistas
- 4B. Crear mejores condiciones para las empresas y fomentar la creación de empleo
- 4C. Reducir la huella ecológica de la industria turística

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4A. Crear mejores condiciones para los turistas

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Grado de satisfacción de los turistas (anualmente)	7,5/10			

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
16. Poner en marcha la iniciativa “Turismo Sostenible” para turistas	2,3	50 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4B. Crear mejores condiciones para las empresas y fomentar la creación de empleo de calidad

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Índice de turismo sostenible	600/1000			

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
17. Poner en marcha la iniciativa “Turismo Sostenible” para empresas	2	66,66 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	

OBJETIVO ESTRATÉGICO 4C. Reducir la huella ecológica de la industria turística

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
N.º de nuevas Empresas involucradas (anualmente)	25	35		

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
18. Informar y sensibilizar al sector sobre reducción de la huella ecológica	1,7	66,66 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

EVALUACIÓN POR OBJETIVOS



Eje 1 | Eje 2 | Eje 3 | Eje 4 | **Eje 5** | Eje 6 | Eje 7

FAVORECER LAS CONDICIONES DE FORMACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

- 5A. Disponer de un capital humano más competitivo
- 5B. Desarrollar el marco legal y regulatorio
- 5C. Ampliar la innovación, modernizar y digitalizar el sector
- 5D. Crear una propuesta de valor atractiva para los inversores

OBJETIVO ESTRATÉGICO 5A. Disponer de un capital humano más competitivo

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Grado de satisfacción de la industria con el sistema de formación en turismo (anualmente)	7/10	8/10		

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
19. Poner en marcha una iniciativa de formación en turismo	1,2	62,5 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

OBJETIVO ESTRATÉGICO 5B. Desarrollar el marco legal y regulatorio

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
% de leyes y reglamentos desarrollados y consolidados(acumulado)	10 %			

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
20. Impulsar el marco legal y regulatorio	1,7	0 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

OBJETIVO ESTRATÉGICO 5C. Ampliar la innovación, modernizar y digitalizar el sector

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
N.º de empresas involucradas (anualmente)	10	236		Resultado de 2017 era 198.

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
21. Activar la innovación tecnológica y la digitalización	2	66,66 %	Realizadas todas las acciones priorizadas

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

OBJETIVO ESTRATÉGICO 5D. Crear una propuesta de valor atractiva para los inversores

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
N.º de nuevos acuerdos firmados con inversores y operadores (anualmente)	10			Clasificado como "no prioritario" 2018

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
22. Lanzar una iniciativa de creación de valor y captación de inversiones	1	25 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO Este objetivo no ha sido priorizado en el 2018

EVALUACIÓN POR OBJETIVOS

Eje 1 | Eje 2 | Eje 3 | Eje 4 | Eje 5 | **Eje 6** | Eje 7

MEJORAR EL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO

- 6A. Activar el marco de planificación turística del territorio
- 6B. Hacer una planificación avanzada del territorio turístico
- 6C. Facilitar una buena implementación del plan

OBJETIVO ESTRATÉGICO	6A. Activar el marco de planificación turística del territorio

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Logros alcanzados	Equipo interdepartamental operativo			Clasificado como "no prioritario" 2018

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
23. Designar el “Equipo Interdepartamental de Gestión del Turismo en el Territorio” (EIGTT) en la Consejería	0	33,33 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO	Objetivo no priorizado para 2018

OBJETIVO ESTRATÉGICO 6B. Hacer una planificación avanzada del territorio turístico

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Logros alcanzados	Iniciar desarrollo del PTS turístico			

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
24. Activar el Plan Territorial Sectorial de Turismo (PTS)	1	75 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

OBJETIVO ESTRATÉGICO 6C. Facilitar una buena implementación del plan

MEDIDA	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Grado de satisfacción de las entidades locales y comarcales con el apoyo dado (anualmente)				En 2018 estaba previsto su puesta en marcha

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
25. Facilitar ayudas para una buena implementación del plan	1	100 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

En 2018 estaba previsto su puesta en marcha pero ya se ha puesto en marcha varias acciones

EVALUACIÓN POR OBJETIVOS

Eje 1 | Eje 2 | Eje 3 | Eje 4 | Eje 5 | Eje 6 | Eje 7

PROMOVER UN NUEVO MODELO DE GESTIÓN Y GOBERNANZA

- 7A. Establecer un buen sistema de gobernanza moderna
- 7B. Adecuar la organización de la Consejería de acuerdo con la estrategia
- 7C. Desplegar un marco de gestión y monitorización eficiente

OBJETIVO ESTRATÉGICO 7A. Establecer un buen sistema de gobernanza moderna

INDICADORES	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Logros alcanzados	Nueva Gobernanza iniciada			

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
26. Implantar un nuevo sistema de gobernanza	2	100 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

OBJETIVO ESTRATÉGICO 7B. Adecuar la organización de la Consejería de acuerdo con la estrategia

INDICADORES	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Logros alcanzados	Organización alineada			

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
27. Poner en marcha la nueva organización de la Consejería	2	66,66 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

OBJETIVO ESTRATÉGICO 7C. Desplegar un marco de gestión y monitorización eficiente

INDICADORES	META 2018	RESULTADO 2018	VALORACIÓN	COMENTARIOS
Logros alcanzados	BSC implementado			

INICIATIVAS	PRIORIDAD DE LA INICIATIVA	GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA	COMENTARIOS
28. Lanzar un nuevo sistema de monitorización y gestión del turismo	1,5	58,33 %	

VALORACIÓN DEL OBJETIVO

DETALLE

DE LA SITUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN



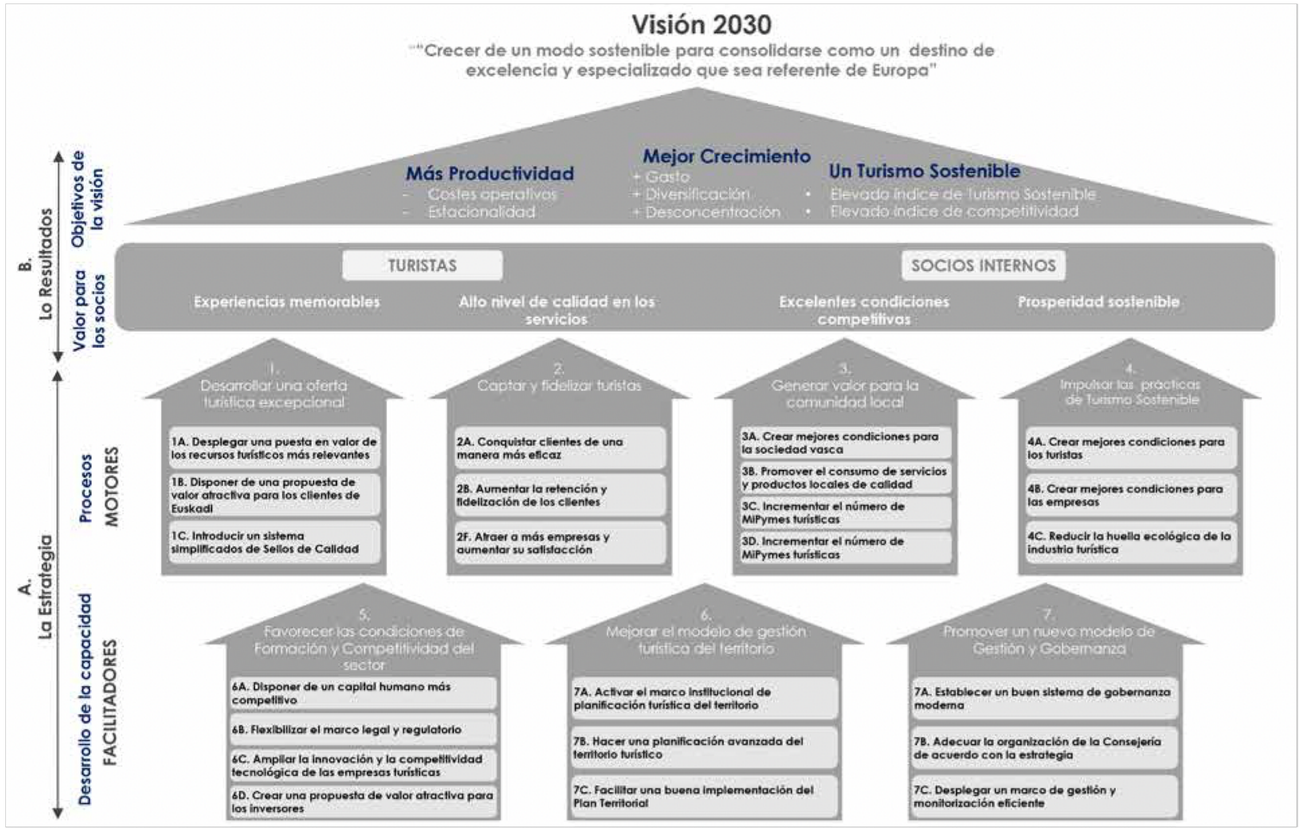
DE LA SITUACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

Ya hemos visto que los objetivos estratégicos definidos se despliegan en iniciativas, y estas a su vez en un Plan de acciones detallado, que engloba un total de 86 actuaciones.

A continuación, pasamos a evaluar en detalle el grado de ejecución de dichas actuaciones, teniendo en cuenta, asimismo, la priorización inicial realizada.

Este análisis ha sido realizado en colaboración con los responsables de las mismas y asignando un porcentaje de grado de avance a cada acción, en función de la visión subjetiva de cada responsable.

En base a todo esto, a continuación presentamos unas fichas de evaluación del Plan de acción definido, para el periodo 2018.



OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1A. Desplegar una puesta en valor de los recursos turísticos más relevantes

INICIATIVA: 1. Activar una iniciativa de puesta en valor de recursos turísticos relevantes

DESCRIPCIÓN:

Euskadi dispone de recursos turísticos que pueden contribuir a desarrollar una oferta turística excepcional. Estos recursos requieren de un proceso más o menos intenso de puesta en valor. Para ello, es necesario disponer de un inventario con el detalle de los sitios y atracciones turísticas. Este inventario necesita ser actualizado de manera regular (bianualmente) con el fin de disponer de un detalle de recursos turísticos de calidad, y capaz de ofrecer una propuesta de valor altamente atractiva para los turistas El papel de Itourbask en este proceso será crucial.

El proceso de puesta en valor de los recursos turísticos inventariados requerirá de un mantenimiento adecuado de los espacios físicos, así como la realización de un seguimiento especial a aquellos recursos más relevantes, considerados como "top", y a la amplia la oferta experiencial de Euskadi. En paralelo al proceso de inventariado, se elaboraran planes de actuación para identificar espacios y recursos turísticos susceptibles a recuperar o bien a potenciar /desarrollar en colaboración con diputaciones y municipios para complementar la oferta existente.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
1.1 Actualizar el inventario de recursos turísticos y establecer plan de actualización	1	Completado al 75%	Basquetour tiene el inventario de recursos turísticos de Euskadi actualizado en 2016, es una de las tareas principales del área de Productos que irá actualizando con otros indicadores. Esta actividad va más allá del modelo de señalítica que no es competencia del GV.
1.2 Identificar recursos turísticos a recuperar/ potenciar	3	Completado al 50%	En el 2018 se establece la puesta en marcha del proyecto, con el turismo industrial se realizará la puesta en valor de varios recursos turísticos potenciales de primer orden de cara a 2019. En el 2018 realizamos su identificación de cara a trabajarlos en el 2019
1.3 Elaborar planes de actuación y realizar seguimiento especial a recursos "top", en combinación con la oferta experiencial de Euskadi	2	Completado al 50%	Se realiza el seguimiento de la oferta experiencial pero no la de los recursos TOP que queda pendiente para el año que viene a través del SIT con el OTE

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 58,33 %

COMENTARIOS

Euskadi dispondrá de una oferta de recursos turísticos capaz de ofrecer una propuesta de valor altamente atractiva para los turistas, con un plan de actualización del inventario. En paralelo se elaborará un plan de identificación de recursos turísticos susceptibles a recuperar/potenciar en colaboración con diputaciones y municipios.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1B.Disponer de una propuesta de valor atractiva para los clientes de Euskadi

INICIATIVA: 2. Lanzar la iniciativa “Nuevos Productos”

DESCRIPCIÓN:

Euskadi pondrá en valor su variedad de recursos turísticos para ofrecer un porfolio atractivo de productos y experiencias bien diversificado que vaya alineado a los objetivos de incrementar el gasto del turista y distribuir mejor los flujos turísticos por el territorio. El incremento de la diversificación de la oferta turística se realizará principalmente mediante el fomento del turismo de interés especial, basado en crear viajes personalizados que permitan satisfacer las necesidades y las motivaciones de los turistas que quieran practicar un hobby o formarse y aprender, etc.
Por ultimo, la redistribución territorial se realizará mediante el Gran Tour de Euskadi, formado por un conjunto de itinerarios alrededor de Euskadi que representará una oportunidad para los turistas para descubrir Euskadi en 5-10 días con servicios personalizados de alta calidad.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
2.1 Identificar oportunidades que ayuden a desestacionalizar y descentralizar los flujos por el territorio	3	Finalizado	Se han creado este año dos nuevos productos, Euskadi con Perro y Turismo Industrial.
2.2 Crear y comunicar de forma efectiva la oferta de productos de interés especial	2	Completado al 50%	Se ha realizado campaña de promoción en 3 de los 8 productos.
2.3 Impulsar la creación de itinerarios / potenciar “The Basque Route”	3	Completado al 75%	Se ha creado The Basque Route y la ruta por Euskadi de Hemingway.
2.4 Desarrollar el portfolio de productos A,B y C establecidos en la matriz del PMK	3	Completado al 50%	Ejecución parcial de los planes de producto por temas presupuestarios.

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 68,75 %

COMENTARIOS

Euskadi lanzará una iniciativa para crear nuevos productos por segmentos, a través de la puesta en valor de sus recursos, buscando atraer turistas de mayor poder adquisitivo y repartir mejor los flujos turísticos por el territorio.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1B.Disponer de una propuesta de valor atractiva para los clientes de Euskadi

INICIATIVA: 3. Activar la iniciativa “Euskadi Experiencial”

DESCRIPCIÓN:

Las experiencias memorables se convertirán en un elemento diferenciador de Euskadi y uno de los ejes de la estrategia. A pesar de los esfuerzos realizados en los últimos años, pocos productos o servicios se han convertido en experiencias realmente excepcionales. Esto se debe, entre otras cosas, a la ausencia de una iniciativa orientada a impulsar el desarrollo de experiencias excepcionales y diferenciadoras y que se haga cargo de su gestión, ofreciendo a la vez el apoyo al sector.
El sistema de experiencias turísticas vasco contará con 3 modelos de negocio (“ancla”, “marca” y “firma”) y sus experiencias destacaran por los siguientes elementos: serán fieles a cada lugar / territorio; mostrarán la auténtica personalidad de Euskadi; serán muy atractivas para los segmentos y mercados seleccionados en base al posicionamiento como destino de excelencia; serán complementarias entre ellas; y destacarán por su creación de valor tanto para los turistas como para los locales y las empresas en el marco del turismo sostenible.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
3.1 Diseñar metodologías de trabajo necesarias para la creación y desarrollo de experiencias	1	Completado al 75%	Disponemos desde 2010 de una metodología propia que hemos ido mejorando cada año y que se implementa.
3.2 Desarrollar experiencias que induzcan a más visitas de mayor duración	1	Completado al 75%	Se ha duplicado la oferta experiencial de 86 a 150 experiencias con un volumen de experiencias bruto de unas 300.
3.3 Potenciar el marketing y la comercialización de experiencias y productos turísticos	1	Iniciada	Por falta de presupuesto.
			.

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 58,33 %

COMENTARIOS

Las experiencias se convertirán en un elemento diferenciador de Euskadi y uno de los ejes de la estrategia. A pesar de los esfuerzos realizados en los últimos años, pocos productos o servicios se han convertido en experiencias excepcionales. Esto se debe, entre otras cosas, a la ausencia de una iniciativa orientada a impulsar el desarrollo de las experiencias y que se haga cargo de su gestión, ofreciendo a la vez el apoyo al sector.

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	1B.Disponer de una propuesta de valor atractiva para los clientes de Euskadi
INICIATIVA:	4. Activar la iniciativa Euskadi “Boutique Meetings, Incentives &Events”

DESCRIPCIÓN:

Euskadi deberá centrar sus esfuerzos en la captación de reuniones de pequeño tamaño en 2-3 mercados e industrias clave. La captación se centrará en organizadores asociativos y corporativos que busquen ciudades (y no grandes urbes) para celebrar reuniones singulares y rigurosamente organizadas. La propuesta de valor “Euskadi Boutique Meetings, Incentives & Events” (EBMIE) incorporará 4 elementos clave: espacios singulares, experiencias auténticas, gastronomía de talla mundial y servicios excelentes. Será necesario reforzar sustancialmente la comunicación y el desarrollo de negocio, generando bases de datos que permitan desarrollar un buen plan comercial, tanto a nivel corporativo, como asociativo y con medios especializados. El rol de Basquetour, como responsable de posicionar el destino, es fomentar la captación de oportunidades y desplegar un menú de servicios, para colaboradores y el sector, en coordinación con el resto de actores involucrados.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
4.1 Diseñar la iniciativa “Euskadi Boutique Meetings, Incentives & Events”	0	No realizado		
4.2 Implementar un plan comercial	0	No realizado		
4.3 Poner en marcha la comunicación de EBMIE que posicione Euskadi como destino relevante para el turismo de reuniones	2	No realizado	La dedicación de la persona de MICE de Basquetour se ciñe a la ejecución de grandes evento no a esta actividad.	
			.	

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 0 %

COMENTARIOS

Euskadi centrará sus esfuerzos en la captación de organizadores asociativos y corporativos de 2/3 mercados e industrias clave que busquen ciudades para celebrar reuniones singulares y organizadas de forma excelente.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 1C. Introducir un sistema simplificado de Buenas Prácticas Turísticas

INICIATIVA: 5. Desplegar un sistema simplificado de Buenas Prácticas de Calidad de los servicios turísticos

DESCRIPCIÓN:

En Euskadi existen diferencias significativas en la calidad de los productos turísticos entre destinos que dificultan que sea un destino de calidad. A pesar del elevado nivel actual de calidad de los servicios turísticos, existe un riesgo de discrepancia entre las expectativas de los visitantes y la realidad.
Esta situación tiene un impacto negativo en la satisfacción, la recomendación y la retención del cliente. Por tanto, Euskadi desarrollara un código de buenas prácticas de calidad para monitorizar, de forma simplificada, la calidad de los servicios turísticos. En base a la experiencia adquirida y la metodología desarrollada para "Euskadi Gastronomika" se ampliará el sistema de buenas prácticas a 2/3 productos, en los que se colaborará con las asociaciones empresariales relevantes de los productos para evaluar los negocios. Con ello, se evaluarán de manera consistente los negocios que cumplan con los criterios de calidad, asegurando una experiencia turística excelente. En este sentido, se impulsarán medidas de seguimiento del grado de satisfacción del cliente desde la red de Itourbask, y los datos se darán a conocer a la industria turística vasca.
Las empresas turísticas harán todo lo posible para cumplir los criterios del código.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
5.1 Definir los criterios de calidad a seguir para 2/3 productos en base a la experiencia y metodología de "Euskadi Gatronomika" para ampliar el código de buenas prácticas	2	Finalizado	Desarrollados los manuales y requisitos de adhesión y control para todos los proyectos de club de producto o público/privados
5.2 Desplegar el código de buenas prácticas de calidad en colaboración con las asociaciones relevantes de los productos elegidos	3	Finalizado	Desarrollado y aplicado en Costa vasca, Euskadi Gastronomika y Turismo Familiar
5.3 Implementar un sistema de control y seguimiento (on/off -line) para los 2/3 productos	2	Iniciada	Desarrollado este año para Turismo Familiar
5.4 Rediseño de los programa de calidad turística en colaboración con agentes especializados a nivel nacional e internacional, con el fin de agilizarlos y facilitar la integración con otros proyectos, logrando un sistema de gestión integral sostenible en el tiempo que mejore la competitividad de las empresas.	3	Finalizado	Hemos dado servicio a 740 empresas . Programa calidad turista en destino y el programa de sectores
5.5 Adaptar el Modelo de Accesibilidad Turística de Euskadi dentro de un concepto amplio de calidad turística, adecuándolo a nuevos sectores e incorporándolo a los programas de calidad gestionados desde Basquetour para impulsar su implantación.	3	Finalizado	Hemos actualizado el nuevo modelo en 5 diversidades funcionales (física, visual, intelectual, orgánica, auditiva)y pilotarlo a 18 recursos turísticos a los cuales no se les había expedido el distintivo anterior - Diagnostico, plan de acción con soluciones y los dosieres informativos. En 4 subsectores: alojamiento, restauración, centros de interpretación y oficinas de información turística
5.6 Implementar un sistema de control y seguimiento de la Calidad percibida	3	Finalizado	Programa Clientes misterioso: 163 evaluaciones realizadas, con un 70% de satisfacción.

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 87,5 %

COMENTARIOS

Se desplegará un sistema simplificado de Buenas Prácticas de Calidad, que permitirá monitorizar de forma más precisa la calidad de los servicios turísticos. Complementariamente, se ofrecerá asistencia técnica a aquellas empresas y destinos que quieran mejorar su calificación, para así poder cumplir con los criterios de calidad y asegurar una mejor experiencia para el turista.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 2A. Conquistar clientes de una manera más eficaz

INICIATIVA: 6. Desarrollar una estrategia de comunicación integrada del marketing (CIM)

DESCRIPCIÓN:

Los niveles de notoriedad de la marca Euskadi en los 3 principales mercados europeos, exceptuando Francia, son medios; mientras que la comprensión acerca de lo que el destino puede ofrecer es baja.
Por otro lado, no existen fuertes asociaciones, siendo lo más destacado la percepción de que es un destino ideal para escapadas urbanas, que tiene una interesante oferta cultural y una excelente gastronomía.
Esta iniciativa parte del posicionamiento intencional de la marca Euskadi – Basque Country, que es lo que se desea trasladar al mercado.
En base al posicionamiento y la situación actual de la marca se establecerán los objetivos de comunicación, los públicos objetivo a captar, ecosistema de mensajes y herramientas prioritarias, donde el marketing digital y las relaciones públicas tendrán un papel clave en el reforzamiento de la imagen en mercados prioritarios.
Euskadi reforzará su inversión en comunicación y combinará una comunicación paraguas de marca con una comunicación segmentada por motivaciones.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
6.1 Establecer la estrategia de comunicación tanto interna como externa con relación a públicos, mercados y canales	1		
6.2 Implementar el proceso de comunicación integrada,	1		
6.3. Establecer acciones dirigidas a los públicos más atractivos (en términos de rentabilidad y gasto)	2		

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al X%

COMENTARIOS

La CIM establecerá los objetivos de la comunicación y los mensajes clave a comunicar del posicionamiento de la marca Euskadi y los beneficios que aporta a cada uno de los públicos objetivo.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 2A. Conquistar clientes de una manera más eficaz

INICIATIVA: 7. Lanzar una iniciativa de Marketing Tecnológico (MARTECH)

DESCRIPCIÓN:

Esta iniciativa propone implantar un marketing centrado en el concepto MARTECH, una nueva forma de gestionar el marketing turístico basado en el uso de la tecnología para ejecutar una comunicación integrada del sistema de marcas y poder ofrecer los contenidos adecuados a las personas adecuadas en el momento que lo necesitan.
Para ello, el marketing se ejecutará en base a las fases del ciclo de viaje del turista.
Para poder poner en marcha un sistema MARTECH, la Consejería (a través de Basquetour) tendrán que definir el ecosistema digital y disponer de una infraestructura potente de herramientas tecnológicas, así como definir la estrategia para cada etapa del ciclo de viaje del turista a nivel de marca y motivaciones y el conjunto de acciones a desarrollar en los mercados objetivo y en coordinación con los agentes implicados.
Del mismo modo, se deberá contar con un equipo de profesionales capacitados y debidamente organizados que se encargaran de crear, implementar y gestionar contenidos de alta calidad.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
7.1 Definir la estrategia de marketing tecnológico (MARTECH)	3	No realizado		Presupuesto para 2019 para contratar expertos en marketing tecnológico y marque la estrategia
7.2 Implementar la estrategia	3	No realizado		
7.3 Programar anualmente las acciones promocionales a desarrollar en los mercados objetivo y su coordinación con agentes implicados	2	No realizado		
7.4 Generar el Plan de Contenidos	2	No realizado		.

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 0 %

COMENTARIOS

Las acciones de marketing se centrarán en base a las necesidades del turista en cada fase del ciclo de viaje del turista mediante el concepto MARTECH (marketing tecnológico); una nueva forma de gestionar el marketing turístico basado en el uso de la tecnología para ejecutar una comunicación integrada del sistema de marcas y poder ofrecer los contenidos adecuados a las persones adecuadas en el momento que lo necesitan.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 2A. Conquistar clientes de una manera más eficaz

INICIATIVA: 8. Implantar el modelo de desarrollo de mercados

DESCRIPCIÓN:

Incrementar el poder de la marca Euskadi – Basque Country depende de muchos factores, pero uno de ellos es hacerla más fuerte entre los compradores e intermediarios, como son las agencias de viaje.
Esta iniciativa tiene por objetivo desarrollar relaciones de complicidad con un conjunto de colaboradores clave, del ámbito digital y tradicionales, en los 2-3 mercados prioritarios.
Para ello, la Consejería, a través de sus recursos propios o externos si lo considerase necesario, identificará oportunidades de negocio en esos mercados, hará inteligencia de mercado, y elaborará planes de mercado con objetivos, métricas y targets concretos.
El rol de estos recursos designados será proporcionar inteligencia de mercado, establecer una red de colaboradores e identificar oportunidades de co-marketing y partenariado.
Estos planes se verán reforzados con acciones de promoción en destino.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
8.1 Establecer el modelo idóneo de desarrollo de mercado	0	Finalizado	Modelo definido y seguido
8.2 Implementar planes de mercado profesionales y reforzar la posición en mercados prioritarios	0	No realizado	
8.3 Gestionar y hacer seguimiento en base a indicadores de resultados (ver punto 6.3 del PDTV para más detalle de esta acción)	0	No realizado	
8.4 Promoción (Ferias promocionales, JJDD, JJII, fam trips, Press trips etc)	3	Finalizado	Promoción actual.

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 50%

COMENTARIOS

Euskadi desarrollará relaciones de complicidad con un conjunto de colaboradores clave, del ámbito digital y tradicional en los mercados prioritarios.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 2B. Aumentar la retención y fidelización de los clientes

INICIATIVA: 9. Lanzar la iniciativa CRM-E

DESCRIPCIÓN:

Basquetour dispone de un sistema de CRM potente, pero su explotación se encuentra en una fase inicial. Se deberá dotar de los recursos necesarios para poder implantar una iniciativa de relación con el cliente y los colaboradores de forma que se cree un fuerte vínculo emocional.
Actualmente el sistema dispone de 6.000 registros y se pretende aumentar porcentualmente los mismos, hasta un 100% en 2020. Para conseguir este objetivo se diseñará un potente plan de captación, que empleará diferentes vías. A partir de estas bases de datos se definirán perfiles motivacionales de turistas y se lanzarán ofertas segmentadas alineadas con las prioridades estratégicas.
El CRM también será puesto a disposición del sector en un sentido amplio, que podrá lanzar sus propias ofertas segmentadas.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
9.1 Definir la estrategia de fidelización	2	No realizado	
9.2 Desarrollar la infraestructura operativa y analítica	2	Completada al 75%	Hemos definido la estructura pero falta lanzar las campañas. Públicos: periodista, trade, turista
9.3 Establecer la estructura de comunicación 9.4 Definir el modelo de gestión del sistema de CRM	2	No realizado	
"9.4 Definir el modelo de gestión del sistema de CRM"	3	Finalizado	Funcionando con Zoho CRM

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 58,33 %

COMENTARIOS

La Consejería, a través de Basquetour, implementará una potente iniciativa de relación con el cliente y los colaboradores, mediante la herramienta del CRM, que permitirá aumentar el índice de repetición y satisfacción del turista y crear un vínculo emocional con él durante todas las fases del ciclo de viaje.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 2C. Atraer a más empresas y aumentar su satisfacción

INICIATIVA: 10. Impulsar una iniciativa innovadora de soporte en marketing para la industria

DESCRIPCIÓN:

Basquetour no dispone de un portafolio de servicios innovador orientado a ayudar a las empresas vascas a realizar un marketing más efectivo y, consecuentemente, ser más competitivas.
Por otro lado, si bien no se mide la satisfacción, se percibe que el sector no valora los esfuerzos realizados y no ve en Basquetour un referente.
La iniciativa consiste en definir un nuevo modelo de relación con el sector (a través de Basquetour y las oficinas del Gobierno Vasco), más cercano y constante, empleando tanto las reuniones presenciales en el territorio como otras herramientas más innovadoras y posicionarse como un referente en la prestación de servicios de marketing de valor añadido a las empresas y entidades del sector en Euskadi, para ayudarles a vender más y mejor.
El objetivo es que Basquetour llegue a ser un referente para las empresas del sector en el área del marketing digital, las nuevas tecnologías, la inteligencia de mercado, la formación, y el desarrollo de oportunidades en los mercados emisores, a través de la prestación de servicios de alto valor añadido.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
10.1 Desarrollar la oferta de servicios desde Basquetour	2	No realizado	
10.2 Redefinir el modelo de cooperación con los entes de promoción	2	No realizado	
9.3 Establecer la estructura de comunicación 9.4 Definir el modelo de gestión del sistema de CRM10.3 Impulsar una nueva red de colaboradores en cooperación con delegaciones del gobierno vasco en el exterior en cooperación con Acción Exterior de Lehendakaritza	0	No realizado	

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 0%

COMENTARIOS

La Consejería (a través de Basquetour) tendrá un nuevo modelo de relación con el sector, más cercano y constante, empleando tanto las reuniones presenciales en el territorio como otras herramientas.
Basquetour se posicionará como un prestador de servicios de marketing de alto valor añadido a empresas y entidades, con el objetivo principal de ayudarles a vender más y mejor.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 2C. Atraer a más empresas y aumentar su satisfacción

INICIATIVA: 11. Activar el Sistema de Inteligencia de Mercado de Euskadi (SIME)

DESCRIPCIÓN:

Desde la Consejería (a través de Basquetour) se han hecho esfuerzos importantes por contar con un observatorio que proporcione inteligencia de mercado, a través del Observatorio Turístico de Euskadi. Sin embargo, para poder disponer de un verdadero sistema de inteligencia de mercado es necesario actuar en varios frentes.

En primer lugar, será necesario contar con una rigurosa identificación de las necesidades y el establecimiento de los ámbitos de análisis.

El sistema deberá permitir obtener la información de múltiples fuentes (cuantitativas y cualitativas), y la integrará para posteriormente ser procesada y analizada, y finalmente convertida en inteligencia.

Se deberá dotar de los recursos necesarios para aumentar el valor de la información recibida, sintetizarla y transformarla en recomendaciones, de uso interno y por parte del sector.

La aplicación de la inteligencia de mercado contribuirá a mejorar la toma de decisiones y el diseño de estrategias de marketing.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
11.1 Identificar los ámbitos de análisis y las fuentes y puesta en marcha de herramientas y sistemas de captación de datos de forma automatizada	3		
11.2 Adecuar la organización y presupuesto a las necesidades (ver punto 6.3 del PDTV para más detalle de esta acción)	2		
11.3 Impulsar la gestión de informes por mercado para mejorar la toma de decisiones y el diseño de estrategias de marketing	2		

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al X %

COMENTARIOS

El Sistema de Inteligencia de Mercado será capaz de proporcionar información útil al sector y ayudarle a la toma de decisiones. El Observatorio Turístico de Euskadi pondrá la información a disposición del sector de forma constante, mediante informes sintetizados y visuales y a través de una interfaz intuitiva y fácil de usar.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 3A. Crear mejores condiciones para la sociedad vasca

INICIATIVA: 12. Poner en marcha la iniciativa “Beneficios del Turismo para la sociedad vasca”

DESCRIPCIÓN:

El turismo beneficia muy positivamente a la sociedad gracias a su capacidad para impulsar la creación de empleo y el desarrollo económico en las comunidades locales. El turismo no solo crea riqueza, sino que incrementa el acceso a servicios esenciales como el agua, el saneamiento, las telecomunicaciones y el transporte, así como a servicios públicos como la sanidad y educación.

Aun así, si no se gestiona adecuadamente, sin embargo, los habitantes no ver cómo dichos esos beneficios repercuten en su día a día y pueden considerar al turismo como una amenaza.

La iniciativa perseguirá compartir equitativamente los beneficios económicos, sociales y culturales que se generen, y particularmente en creación de empleos directos e indirectos como resultado de ellos. Para ello, las políticas turísticas se alinearán de forma que contribuyan a elevar los niveles de vida de la sociedad y satisfagan sus necesidades.

La planificación y enfoque del modelo turístico Deberá comunicarse a la sociedad, en la medida de lo posible, y sensibilizar de los beneficios que aportará el desarrollo del turismo en Euskadi a través del desarrollo de nuevas infraestructuras turísticas. Un elemento clave será la monitorización de la satisfacción de la sociedad con el turismo con el fin de prever medidas para fomentar la convivencia y el intercambio ciudadano/visitante

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
12.1 Promover la puesta en marcha de mecanismos de generación de efecto positivo del turismo para la sociedad vasca	3	Completada al 75%		
12.2 Impulsar acciones de sensibilización	3	Completada al 75%		
12.3 Establecer mecanismos de medición del nivel de satisfacción de la ciudadanía con el turismo	3	Completada al 75%		Ya creada desde lehendakaritza

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 75 %

COMENTARIOS

Euskadi impulsará mecanismos que contribuyan a crear mejores condiciones para la sociedad vasca gracias al turismo. Para ello se estudiarán oportunidades para incrementar su contribución positiva y se promoverán proyectos de sensibilización a la ciudadanía con el fin de incrementar los niveles de satisfacción con el turismo.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 3B. Fortalecer el pequeño comercio y los artesanos de calidad

INICIATIVA: 13. Lanzar la iniciativa “De Compras en Euskadi”

DESCRIPCIÓN:

El turismo de compras es un segmento en auge que encaja con el posicionamiento de “excelencia” y “especializado” al cuál aspira Euskadi. Al mismo tiempo es una actividad complementaria ideal para el turismo de “City break” y Escapadas.
La iniciativa “De Compras en Euskadi” tendrá como objeto promocionar y posicionar Euskadi, sus ciudades y pueblos como lugares de compras y artesanía tanto nivel nacional como internacional.
Las asociaciones de comerciantes y artesanos serán el embrión para la creación de una plataforma de promoción conjunta.
Uno de los elementos destacados de la iniciativa será la artesanía. Se destacará la variedad y riqueza de labores tradicionales que debe ser reconocida, certificada y promocionada entre los turistas.
En coordinación con el área de comercio, se establecerán mecanismos para identificar oportunidades de desarrollo de la iniciativa a través de banco de ideas y experiencias (tanto dentro como fuera de Euskadi) y se impulsarán pruebas piloto para su testeo, ajuste y posterior implantación.
Euskadi adquirirá un posicionamiento destacado como destino de compras, maximizando las sinergias entre el turismo y el comercio.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
13.1 Crear el concepto “De Compras en Euskadi”	0		
13.2 Poner en valor la artesanía vasca	1		
13.3 Promocionar Euskadi como lugar de compras y artesanía	1		

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al X %

COMENTARIOS

La iniciativa tendrá como objeto promocionar y posicionar Euskadi, sus ciudades y pueblos como lugares de compras y artesanía, contribuyendo a que las empresas locales aumenten y diversifiquen sus ingresos gracias al turismo.

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3C. Promover el consumo de productos locales de calidad
INICIATIVA:	14. Activar la iniciativa “Made in Basque Country”

DESCRIPCIÓN:

El modelo de desarrollo turístico actual en Euskadi limita la transferencia de la riqueza turística a las comunidades locales y no preserva las expresiones culturales que pertenecen a la sociedad vasca.
Se requieren herramientas que activen y amplíen el efecto multiplicador de los ingresos turísticos y favorezcan la preservación de la riqueza cultura local.
La iniciativa “Made in Basque Country” ayudará a las empresas locales a aumentar y diversificar sus ingresos, generando así empleos locales de calidad en el sector turístico, mejorando el desarrollo local. Consecuentemente, los productores de productos locales y típicos y los artistas locales de calidad, así como las empresas relacionadas con la cultura se beneficiarán cada vez más de la actividad turística.
En coordinación con el área de Comercio, se establecerán mecanismos para identificar oportunidades de desarrollo de la iniciativa “Made in Basque Country” a través de banco de ideas y experiencias exitosas (tanto dentro como fuera de Euskadi). Se impulsará la realización de pruebas piloto para su testeo, ajuste y posterior implantación.
Esta iniciativa apoyará la preservación y en algunos casos incluso la recuperación del rico patrimonio cultural y productos locales de calidad de Euskadi. Se aumentará aún más el valor y la singularidad de la experiencia turística en un destino de excelencia.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
14.1 Promover la certificación de producto local km0 de calidad por parte de las autoridades competentes y en colaboración con el sector privado	0		
14.2 Promover la cultura local como elemento diferenciador en la oferta de la industria turística	3		
14.3 Promover el consumo de productos típicos Y de calidad a los turistas	2		

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al X%

COMENTARIOS

La iniciativa tendrá como objeto promover el consumo de productos y cultura locales por parte del turista y del sector. Los artistas locales y las empresas relacionadas con la cultura se beneficiarán cada vez más de la actividad turística.
Se desplegará una intensa labor de promoción de eventos y festividades locales tanto nivel nacional como internacional.

OBJETIVO ESTRATÉGICO:	3D. Incrementar el número de MiPymes turísticas
INICIATIVA:	15. Poner en marcha la iniciativa “MiPymes+”

DESCRIPCIÓN:

El objetivo es poner a disposición de la comunidad local las herramientas necesarias para crear y/o mejorar los negocios turísticos, facilitando las inversiones locales y fomentando y apoyar el espíritu emprendedor en el ámbito turístico en Euskadi.
Los esfuerzos se centrarán en identificar, catalogar y divulgar las oportunidades en el sector turístico entre potenciales emprendedores (especialmente entre jóvenes, mujeres, parados de larga duración, mujeres y estudiantes), y apoyarlos para que establezcan con éxito su propio negocio o bien para que se unan a otras MiPymes especializadas del sector.
La iniciativa aspira también a conectar emprendedores con otros negocios nacionales e internacionales; fomentar la adopción de mejores prácticas, la creación de alianzas estratégicas y / o empresas conjuntas.
Las MiPymes y las nuevas empresas turísticas tendrán un componente innovador importante y contribuirán a aumentar y diversificar los servicios turísticos de acuerdo con los principios del turismo sostenible.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
15.1 Facilitar las inversiones para la economía local	3		
15.2 Crear una línea de actuación para apoyar al emprendimiento y dar acompañamiento a las MiPymes turísticas	3	Finalizado	Se ha introducido en las ayudas EMET, en el artículo 5. Acciones subvencionables, el punto a:Eprendimento para la creación de nuevo modelo de negocio turístico, cuya características se desarrollen…
15.3 Promover la creación de partenariados	0	No realizado	

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al X %

COMENTARIOS

Los esfuerzos se centrarán en dar a conocer las oportunidades en el sector turístico entre potenciales emprendedores y apoyarlos para que establezcan con éxito su propio negocio o bien para unirse a otras MiPymes especializadas del sector.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 4A. Crear mejores condiciones para los turistas

INICIATIVA: 16. Poner en marcha la iniciativa “Turismo Sostenible” para turistas

DESCRIPCIÓN:

El modelo de Turismo Sostenible establece el foco en la promoción de unas buenas y razonables condiciones que hagan que todo el mundo se sienta beneficiado por un turismo que, además, sea sostenible: turistas, población local, empresarios ... y un actor clave: el medio ambiente, que permitirá seguir generando valor en el futuro.
Los turistas en Euskadi serán conocedores y colaboradores de la Carta de Derechos y Obligaciones del turista en Euskadi. También se mejorará la información y la comunicación que recibirán en destino. De este modo, se asegurará una estancia satisfactoria y a la vez respetuosa con el territorio, el entorno y la sociedad.
Todo ello, junto a otras acciones complementarias, contribuirá a la mejora de la percepción de seguridad del turista. La iniciativa “Turismo Sostenible” para turistas invertirá en herramientas novedosas, apoyadas en el uso de técnicas de Smart Data, para medir la satisfacción del turista de forma fidedigna, permitiendo así una mejor gestión futura de los puntos críticos de la Customer Journey.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
16.1 Desplegar la Carta de Derechos y Obligaciones del turista en Euskadi	3	Realizada al 50%	Valorar si un solo indicador, el que figura ya en el PE, o mas? El trabajo está haciéndose y falta ser presentado. Guía del turística responsable
16.2 Mejorar la información y la comunicación con el turista en el destino. (Itourbask)	3	Realizada al 50%	Crisis del folleto. Reestructurar el proceso de información
16.3 Dar soporte a los actores implicados en el proceso de implantación y seguimiento (ver punto 6.3 del PDTV para más detalle de esta acción)	1	Realizada al 50%	El trabajo diario que se va haciendo en campañas, etc

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 50%

COMENTARIOS

Los turistas en Euskadi serán conocedores y colaboradores de la Carta de Derechos y Obligaciones del turista en Euskadi.
Además, se trabajará en pro de mejorar la percepción de seguridad (física, psicológica y comercial) del turista. De este modo, se asegurará una estancia satisfactoria y a la vez respetuosa con el territorio, el entorno y la sociedad.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 4B. Crear mejores condiciones para las empresas y fomentar la creación de empleo de calidad

INICIATIVA: 17. Poner en marcha la iniciativa “Turismo Sostenible” para empresas

DESCRIPCIÓN:

La protección de las marcas como patrimonio colectivo se hará por vía legal en la ley de turismo, a fin de evitar la grave pérdida de imagen que se deriva de determinadas actuaciones negativas en el viaje del turista (customer journey).
Se dedicarán esfuerzos para elaborar un Código Ético del Turismo de Euskadi. Las empresas podrán adherirse al mismo, que será aprobado por todas las partes en pro del respeto de buenas prácticas y en beneficio de todos los asociados implicados.
Los procesos para que los empresarios puedan notificar las irregularidades detectadas a la Consejería serán facilitados y las malas prácticas de las empresas turísticas o para-turísticas, serán gestionadas adecuadamente para evitar su proliferación y asegurar buenas condiciones competitivas. En esta iniciativa se incluye la elaboración del Índice de Turismo Sostenible, la monitorización de forma periódica de los indicadores que éste incluirá y la posteriormente publicación (anualmente)de los resultados.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
17.1 Consensuar el Código Ético del turismo a Euskadi con el sector	3	Realizada al 50%	Está realizado pero sin presentado al sector.
17.2 Fomentar la generación de empleo de calidad	2	Realizada al 75%	Incorporado en la mesa de turismo, a los sindicados y que era un mandato de la ley de turismo. Contacto con sindicados y asociaciones de empresarios para mediar mejor condiciones laborables del sector. Nuevas acciones de fomentación conciliación, etc en los nuevos presupuestos. Próximo decreto de calificación hotelero, será que no hay subcontratas
17.3 Monitorizar el Turismo Sostenible (Índice TS)	1	Realizada al 75%	

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 66,66 %

COMENTARIOS

A través de la iniciativa Turismo sostenible para empresas, se impulsará el despliegue de un Código Ético para empresas. Se establecerán mecanismos para que las malas prácticas de las empresas turísticas o para-turísticas sean gestionadas adecuadamente y evitar así su proliferación y asegurar buenas condiciones competitivas.
Esta iniciativa incluye también la elaboración del Índice de Turismo Sostenible y la posterior publicación de sus resultados.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 4C. Reducir la huella ecológica de la industria turística

INICIATIVA: 18. Informar y sensibilizar al sector sobre reducción de la huella ecológica

DESCRIPCIÓN:

La mayoría de las actividades relacionadas con el turismo requieren energía directamente en forma de combustibles fósiles o indirectamente en forma de electricidad, a menudo generada a partir del petróleo, el carbón o el gas. Este consumo conlleva la emisión de gases de efecto invernadero, principalmente CO2.
Según las estimaciones de la OMT, el turismo es responsable de al menos el 5% de las emisiones mundiales de CO2.
Esta iniciativa alienta la ejecución de un conjunto de medidas y acciones concretas,
orientadas a la industria turística de Euskadi, que tendrán como objetivo reducir la huella de carbono generada a través de la certificación energética y la adopción de buenas prácticas para la reducción de emisiones. Este debe ser uno de los aspectos que ayuden al destino a posicionarse como de destino de excelencia, donde el cuidado del medio ambiente es altamente valorado por el turista.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
18.1 Informar y sensibilizar la industria sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental	2	No realizado		
18.2 Esforzarse en reducir la huella ecológica	0	Finalizado		Jornada de sensibilización realizada en noviembre y firmar convenio con EVE e Ihobe sostenibilidad ambiental
18.3.- Implantar sistemas de gestión ambientales.	3	Finalizado		Etiqueta ecológica europea (29 certificada y 6 en proceso) y posicionándonos con la CCAA con más y eficiencia energética (52 empresas de restauración) y 35 de alojamientos

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 66,66 %

COMENTARIOS

A través de la certificación energética y la adopción de buenas prácticas para la reducción de emisiones y la mejora de la gestión ambiental, Euskadi se posicionará como un destino de excelencia, donde el cuidado del medio ambiente será altamente valorado por el turista.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 5A. Disponer de un capital humano más competitivo

INICIATIVA: 19. Poner en marcha una iniciativa de formación en turismo

DESCRIPCIÓN:

Para mejorar sustancialmente su competitividad, el sector turístico vasco necesita profesionales con el conocimiento, las capacidades y habilidades necesarias para liderar los procesos de mejora de la productividad, la innovación y la calidad, creando un destino con servicios excelentes y especializados.
Euskadi también necesita disponer también de una base de trabajadores con las habilidades necesarias y suficientemente capacitada y preparada para ejecutar correctamente los procesos de trabajo que requiere la mejora prevista de la calidad. Este proceso contribuir.
Esta iniciativa promueve la puesta en marcha de un conjunto de acciones que tienen como objetivo la actualización y ampliación del marco actual de formación, con el objetivo de alinearlo con la Estrategia de Turismo Vasco 2030 y adecuarlo a las necesidades que la industria turística de Euskadi tiene.
En este proceso, se fomentará el uso de las nuevas tecnologías y la innovación en la formación, así como la colaboración entre actores clave del sector público y privado para el desarrollo de una oferta de formación adecuada.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
19.1 Actualizar el diagnóstico de necesidades formativas (no reglada) en el ámbito del turismo	1	Realizada al 50%	El diagnostico se hizo al finalizar la pasada legislatura. Proyecto replanteado
19.2 Impulsar el uso de plataformas de aprendizaje en línea	0	No realizada	
19.3 Colaborar con organismos competentes y con la industria para el desarrollo de una oferta de formación en turismo atractiva y real y que aporte valor	2	Finalizado	Convenio con secretaria de estado de turismo para impulsar el programa anfitriones y convenio con la ruta del vino de rioja alavesa, para impulsar el campus de invierno de rioja alavesa. Convenio con la universidad de Deusto para las practicas alumnado de último curso
19.4. Poner en marcha planes formativos para mejorar la capacitación de los técnicos.	2	Finalizado	Se ha lanzado 20 módulos formativos vía online a todo el sector. Se va a realizar una revisión curricular para el 2010. 10 a mandos y 10 a personal en contacto directo con el cliente

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 62,5 %

COMENTARIOS

Para mejorar sustancialmente su competitividad, el sector turístico vasco necesitará profesionales, con las competencias y las capacidades necesarias para ejecutar procesos de mejora de la productividad, la innovación y la calidad, creando un destino con servicios de excelencia y especializados. Además, se incentivará la creación de programas de formación tanto para el sector público como privado.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 5B. Desarrollar el marco legal y regulatorio

INICIATIVA: 20. Impulsar el marco legal y regulatorio

DESCRIPCIÓN:

Impulsar la coordinación en la aplicación de normas y procedimientos que reúnen a una gran diversidad de actores.
El despliegue de la Ley de Turismo, la simplificación del marco jurídico y normativo y de los procedimientos administrativos contribuirá significativamente a mejorar el diamante competitivo del turismo, que, entre otros actores afecta positivamente la inversión, la innovación y la atracción de socios e inversores nacionales e internacionales.
Los agentes interesados podrán acceder a toda esta información de forma directa y sencilla a través de un repositorio online actualizado.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
20.1 Desplegar la Ley del turismo	3	Iniciada		"4: 2 recogidos en pptos 2018: D AAVV + D. REATE además D. 101/2018 y + D MT"
20.2. Simplificar el marco legal	0			
20.3. Impulsar un repositorio online para temas legales	2	No realizado		

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 0 %

COMENTARIOS

El despliegue de la Ley de turismo así como la simplificación del marco legal contribuirán a mejorar significativamente el diamante competitivo.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 5C. Ampliar la innovación, modernizar y digitalizar el sector

INICIATIVA: 21. Activar la innovación tecnológica y la digitalización

DESCRIPCIÓN:

La industria turística vasca tiene a su disposición diversos procesos tecnológicos, especialmente para la gestión de distribución, ventas y operaciones. En los últimos años se han generalizado elementos innovadores en términos de experiencia, sistemas de ventas, etc. Todos ellos orientados a crear más valor a un menor coste.
Euskadi destaca por su posicionamiento como motor industrial y tecnológico, que debe servir al turismo como activador de la competitividad que contribuya al posicionamiento de Euskadi como destino de excelencia y especializado.
La Consejería fomentará la transferencia tecnológica entre sectores impulsando de manera permanente la adopción de nuevas tecnologías, la innovación y la digitalización a través de programas de formación, apoyo financiero y fomento de alianzas y asociaciones con empresas que puedan proporcionar avances tecnológicos e innovaciones competitivas.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
21.1 Identificar innovaciones y nuevas tecnologías	3	Finalizado		Se han ejecutado 2 pilotos : piloto destino turístico inteligente (Donosti). Smart tour (Bilbao)
21.2 Impulsar la generación de conocimiento estratégico y su transferencia al sistema productivo	0	No realizado		
21.3 Apoyar la modernización y digitalización del sector turístico	3	Finalizado		Programa smart business (buenas práctica uso de la tics). Participación de 181 empresas. Barnateguis tecnológicos: se han hecho 6 con 15 cada empresas por barnategui

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 66,66 %

COMENTARIOS

La Consejería fomentará la transferencia tecnológica entre sectores impulsando de manera permanente la adopción de nuevas tecnologías y la digitalización a través de programas de educación ejecutiva, apoyo financiero y fomento de alianzas y asociaciones con empresas que puedan proporcionar avances tecnológicos e innovaciones competitivas.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 5D. Crear una propuesta de valor atractiva para los inversores

INICIATIVA: 22. Lanzar una iniciativa de creación de valor y captación de inversiones

DESCRIPCIÓN:

La Consejería, SPRI y otros organismos públicos colaborarán y trabajarán de manera coordinada en la búsqueda ordenada y permanente de inversores para nuevos proyectos turísticos y reinversiones para modernizar la oferta existente (alojamiento, restauración, comercio turístico, gestoras de experiencias, etc.), sobre todo para la realización de proyectos estratégicos alineados con los objetivos del Plan.
Euskadi atraerá capital nacional mediante el uso controlado de incentivos y apoyos para la reinversión. En paralelo, se impulsará desde la participación de Euskadi en foros internacionales de inversión turística y hotelera para ganar visibilidad.
El éxito de la iniciativa permitirá asegurar una prosperidad sostenible y para promover el posicionamiento de excelencia y especialización.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
22.1 Crear un Marco de colaboración con SPRI y/u otros organismos públicos para la Inversión turística	2	Realizada al 50%	Se están realizando convenios con otros departamentos: EVE, etc. Se está en comités transversales. Me los envía
22.2 Activar la elaboración de un inventario de inversores y operadores potenciales	0	No realizado	
22.3 Fomentar la participación de Euskadi en foros internacionales de inversiones turísticas y hoteleras	1	Iniciada	

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 25 %

COMENTARIOS

La Consejería impulsará la creación de un marco de colaboración con SPRI. La Consejería y SPRI trabajarán de manera coordinada en la búsqueda ordenada y permanente de inversores para nuevos proyectos turísticos y reinversiones para modernizar la oferta existente (alojamiento, restauración, comercio turístico, gestoras de experiencias, etc.), sobre todo para la realización de proyectos estratégicos alineados con los objetivos del Plan. Para ello, se valorará simplificar la concesión de licencias turísticas, haciendo de Euskadi un destino atractivo y “amigable” para la inversión turística.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 6A. Activar el marco de planificación turística del territorio

INICIATIVA: 23. Designar el “Equipo Interdepartamental de Gestión del Turismo en el Territorio” (EIGTT) en la Consejería

DESCRIPCIÓN:

El crecimiento y el desarrollo del turismo vasco no se ha tratado de una manera ordenada y holística durante los últimos años.
Con el objeto de desarrollar una mejor planificación del territorio, se designará un equipo interdepartamental de Gestión del Turismo en el Territorio (EIGTT), bajo la tutela de la Consejería, cuyo mandato será definir elaborar el Plan Territorial Sectorial de Turismo de Euskadi. El punto de partida del Plan será la elaboración de un modelo de crecimiento para el turismo que incluya aspectos como el volumen, la calidad y la distribución de los turistas en el territorio vasco.
Una vez desarrollado un modelo de crecimiento, que irá acompañado de un modelo de desarrollo turístico, Euskadi y sus municipios turísticos, se beneficiarán de un marco base para el PTST que marcará la dirección a seguir para los próximos años.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
23.1 Activar el Equipo Interdepartamental de Gestión del Turismo en el Territorio (EIGTT)	0	Iniciada		Concretar "logros alcanzados"
23.2 Elaborar previsiones y modelos de crecimiento	0	Realizada al 50%		Creación del órgano estadístico del departamento aprobado en consejo de gobierno el 20 de Junio 2018 y era un compromiso de gobierno
23.3 Elaborar el Modelo Territorial Turístico 2030	0	Iniciada		Conversaciones preliminares

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 33,33 %

COMENTARIOS

Se designará al equipo interdepartamental de Gestión del Turismo en el Territorio (EIGTT) en la Consejería para que defina un modelo estratégico de crecimiento robusto y sostenible que considere aspectos como la cantidad, la calidad y la distribución de los turistas en el territorio.
Euskadi y sus municipios que forman parte de los principales destinos, se beneficiarán de un plan que marque una dirección común para el sector, potenciando el interés de los inversores y apostando por estrategias empresariales sostenibles.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 6B. Hacer una planificación avanzada del territorio turístico

INICIATIVA: 24. Activar el Plan Territorial Sectorial de Turismo (PTS)

DESCRIPCIÓN:

El Plan territorial Sectorial del Turismo se desarrollará para todo Euskadi y establecerá un marco concreto para el desarrollo turístico y el valor de la creación de áreas turísticas o de desarrollo prioritario.
El Plan territorial Sectorial del Turismo general aportará aspectos importantes para un desarrollo saludable, al tiempo que se identificarán carencias clave a resolver.
Se recomendará cómo desarrollar Planes Territoriales Sectoriales para ámbitos de planificación inferior. Éstos, entre otras cosas, identificarán el territorio turístico y establecerán el uso de cada tipo de terreno turístico (hoteles, centros turísticos, residenciales, equipamiento turístico, comercial turístico, etc.).

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
24.1 Iniciar el Plan Territorial Sectorial de Turismo	3		Iniciada	“Concretar ""logros alcanzados“ "Replantearse su anulación"
24.2 Revisar el marco urbanístico (legal y regulador)	0		Finalizada	Replantearse su anulación. Decreto de viviendas de uso turístico de Euskadi de 3 de julio. Decreto 101/2018 aprobado
24.3 Establecer mecanismos de gestión del suelo	0		Finalizada	Replantearse su anulación. Incluso en el anterior

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 75 %

COMENTARIOS

El Plan Territorial Sectorial de Turismo (PTST) se desarrollará a nivel de Euskadi y establecerá un marco concreto para el desarrollo turístico y permitirá crear áreas turísticas o de desarrollo prioritario.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 6C. Facilitar una buena implementación del plan

INICIATIVA: 25. Facilitar ayudas para una buena implementación del plan

DESCRIPCIÓN:

El Plan Territorial Sectorial de Turismo reconocerá la transversalidad del sector turístico vasco, permitiendo la mejora de las infraestructuras, fomentando el desarrollo turístico alineado con los principios del Turismo Sostenible y ayudando al desarrollo alineado con la visión.
En su papel de liderazgo en el proceso de implantación del Plan territorial Sectorial de Turismo, la Consejería facilitará a los entes comarcales y locales el acceso a mecanismos de asistencia técnica y los recursos necesarios a través de ayudas para la puesta en marcha del plan. De esta manera, los equipos técnicos podrán adquirir los conocimientos necesarios y tener acceso a la experiencia adecuada para considerar el PTST de manera apropiada en su ámbito y contribuir al éxito en el proceso de implantación.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
25.1 Definir mecanismos de apoyo a la implementación	0	Finalizada		"Ayudas MET Replantearse su anulación"
25.2 Elaborar contenidos de los recursos para la implementación	0	Finalizada		Ayudas MET y EMET. Replantearse su anulación
25.3 Gestión de ayudas (ver punto 6.3 del PTDV para más detalle de esta acción)	3	Finalizada		Trabajo de departamento. Replantearse su anulación

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 100%

COMENTARIOS

En su papel de liderazgo en el proceso de implantación del Plan territorial Sectorial de Turismo, la Consejería facilitará a los entes comarcales y locales ayudas para el acceso a mecanismos de asistencia técnica y los recursos necesarios para la puesta en marcha del plan.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 7A. Establecer un buen sistema de gobernanza moderna

INICIATIVA: 26. Implantar un nuevo sistema de gobernanza

DESCRIPCIÓN:

La implementación del Plan Director de Turismo de Euskadi 2017-20 es un proceso complejo que requiere de un fuerte liderazgo y de esfuerzos significativos. La cooperación entre todos los socios, tanto del sector público (a través de la Comité Interdepartamental de Turismo-CIT) como del privado (a través de Alianza Vasca para el Turismo) será clave para alcanzar los resultados esperados por el plan. Este modelo de cooperación contribuirá a que Euskadi articule un sistema de gobernanza mucho más eficiente que ayude a implementar el Plan de manera rápida y eficaz, independientemente de los cambios externos. Habrá un mayor consenso entre los socios clave sobre objetivos y estrategias para el desarrollo turístico y proporcionarán un gran soporte estratégico gracias a una comprensión compartida de la visión. Las decisiones (técnicas como operativas) serán ampliamente aceptadas por el sector.
Más detalle sobre la CIT, puede encontrarse en el punto 6.2 del PDTV).

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
26.1 Implicar los actores públicos y privados en la gestión del turismo	3		Finalizada	Nuevo decreto mesa turismo aprobado en noviembre de 2018. concretar "logros alcanzados"
26.2 Organizar el Foro Anual del Turismo	0		Finalizada	Se han realizado 4: foto turismo industrial, turismo ecológico, foto de conectividad aérea turístico, foro de omt del que fuimos anfitriones valorar si un solo indicador, el que figura ya en el PE, o mas?
26.3 Fomentar la mejora de la conectividad del destino mediante la cooperación interinstitucional	3		Finalizada	Foro Routes en colaboración con transportes del gobierno vasco, diputaciones y los.3 ayuntamientos. Y las 3 sociedades de promoción de los aeropuertos de Euskadi

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 100%

COMENTARIOS

Euskadi articulará un sistema de gobernanza mucho más eficiente (para tomar mejores decisiones, generar mejor consenso y bajo un mejor liderazgo) que contribuirá a implementar el Plan de manera rápida y eficaz, independientemente de los cambios externos.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 7B. Adecuar la organización de la Consejería de acuerdo con la estrategia

INICIATIVA: 27. Poner en marcha la nueva organización de la Consejería

DESCRIPCIÓN:

Para contribuir efectivamente a la ejecución del Plan Director de Turismo Vasco, la Consejería debe alinear su estructura con la estrategia.
Se necesita un fuerte compromiso por parte del personal de la Consejería y la voluntad de dedicar el tiempo necesario para completar cada proyecto. También se requiere una participación plena para garantizar el entendimiento y el compromiso de la Estrategia y el conjunto de iniciativas y sus acciones.
Para ello, se desplegará una estructura organizativa del área de turismo de la Consejería, con funciones y responsabilidades que puedan atender adecuadamente los 7 ejes estratégicos de la estrategia. Además, se impulsará la puesta en marcha de un plan de educación y entrenamiento para asegurar que las personas del equipo disponen de las habilidades, capacidades y conocimientos necesarios para liderar la implementación.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN	COMENTARIOS
27.1 Implantar un nuevo esquema organizativo (Consejería, Basquetour, Itourbask…)	2	Realizada al 75%	Realizado y pendiente de aprobación concretar "logros alcanzados"
27.2 Impulsar un plan de formación	2	Realizada al 50%	Cursos de formación del IVAV, cursos propios, etc. Le pregunto a Nerea
27.3 Impulsar la consecución de los recursos adecuados a la Consejería (ver punto 6.3 del PDTV para más detalle de esta acción)	2	Realizada al 75%	Negociaciones presupuestarias. Hemos crecido al 5%.de recursos departamentales en 2018

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 66,66 %

COMENTARIOS

Para contribuir efectivamente a la ejecución del Plan Director de Turismo Vasco, la Consejería alineará toda su estructura y organismos dependientes (de acuerdo al marco competencial), con la estrategia y apoyará a los socios externos (consejerías, organismos públicos, sector privado, etc..) para la realización de determinadas funciones.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: 7C. Desplegar un marco de gestión y monitorización eficiente

INICIATIVA: 28. Lanzar un nuevo sistema de monitorización y gestión del turismo

DESCRIPCIÓN:

La Consejería abordará los retos a los que se enfrenta la industria del turismo con una dirección clara y un alto nivel de coordinación. Para gestionar adecuadamente el proceso de ejecución de la estrategia y el plan, se designará un equipo específico de Gestión de la Estrategia, que será responsable de monitorizar el grado de ejecución de la estrategia y el plan a través del cuadro de mando integral (BSC).
Dado el gran escepticismo entre los socios del sector privado sobre la capacidad de las administraciones públicas para implementar los Planes, será p(ver punto 6.3 del PTDV para más detalle de esta acción) preciso generar consenso entre los integrantes del sector y demostrar un fuerte liderazgo claro desde la administración. Para la realización de tareas específicas, se constituirán grupos de trabajo especializados.
Con el fin de tener información veraz sobre el rendimiento del sector y compartir esa información con el sector se impulsará el Observatorio Turístico Vasco.

VALORACIÓN DE LAS ACCIONES:

	PRIORIDAD	VALORACIÓN		COMENTARIOS
28.1 Implantar el BSC de la estrategia y su seguimiento y monitorización a través de un equipo designado de la Consejería	0	Realizada al 75%		Concretar "logros alcanzados"
28.2 Adecuar el Observatorio del Turismo de Euskadi a los requerimientos de un sistema de inteligencia competitiva del turismo	3	Finalizada		Órgano estadístico turístico de Euskadi

EVALUACIÓN DEL GRADO DE EJECUCIÓN DE LA INICIATIVA

Completado al 58,33 %

COMENTARIOS

La Consejería y Basquetour abordarán los retos a los que se enfrenta la industria del turismo con una dirección clara y un alto nivel de coordinación. Para ello se designará un equipo especial para la Gestión y seguimiento de la estrategia y se establecerán los mecanismos de seguimiento y monitorización de la estrategia, siguiendo los principios del Cuadro de Mando Integral (BSC).



CONCLUSIONES

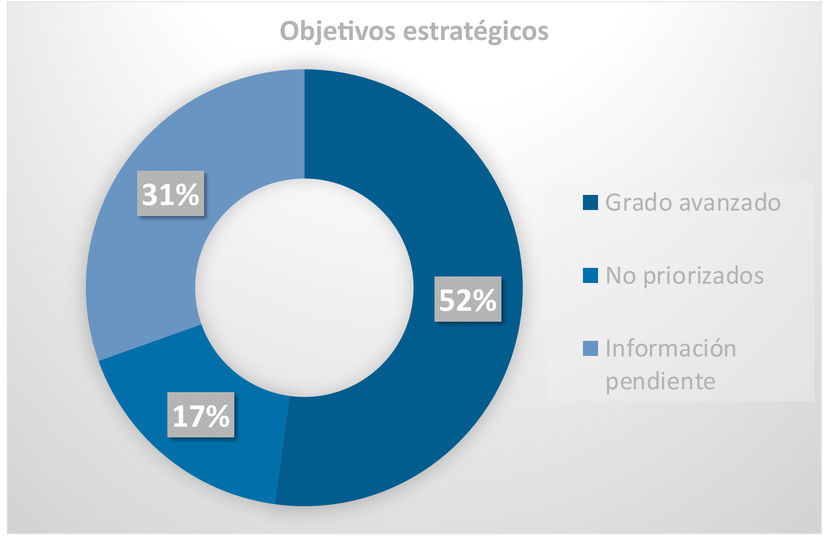
Evaluación intermedia 2018

EVALUACIÓN INTERMEDIA 2018

Según el análisis expuesto en los capítulos anteriores, podemos extraer las siguientes conclusiones en cuanto al grado de avance del Plan Estratégico al cierre del ejercicio 2018:

- Si realizamos un análisis por eje, observamos lo siguiente:
  - 4 de los 7 ejes definidos, se encuentran en un **grado avanzado** de cumplimiento.

    Son los siguientes:
    - Eje 1: Desarrollar una oferta turística excepcional
    - Eje 5: Favorecer las condiciones de formación y competitividad del sector
    - Eje 6: Mejorar el modelo de gestión turística del territorio
    - Eje 7: Promover un nuevo modelo de gestión y gobernanza
  - De los 3 ejes restantes, a fecha del presente informe, no se dispone de suficiente información para realizar la valoración.

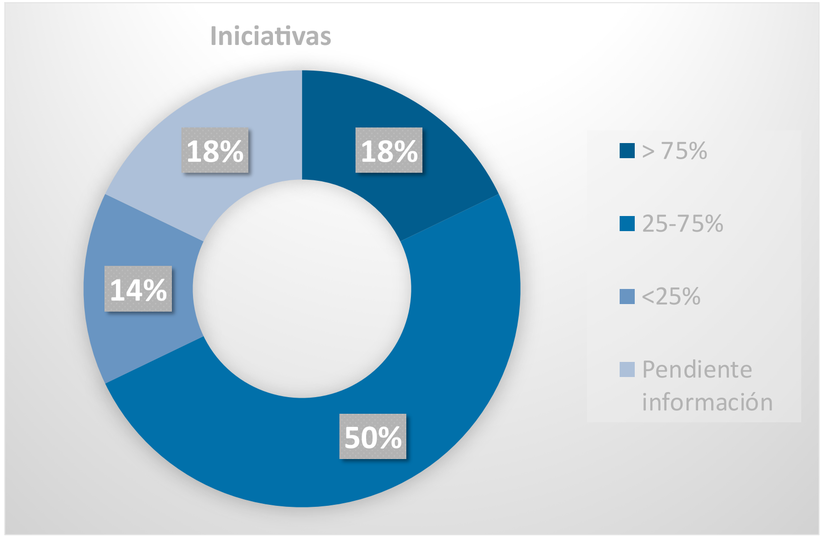


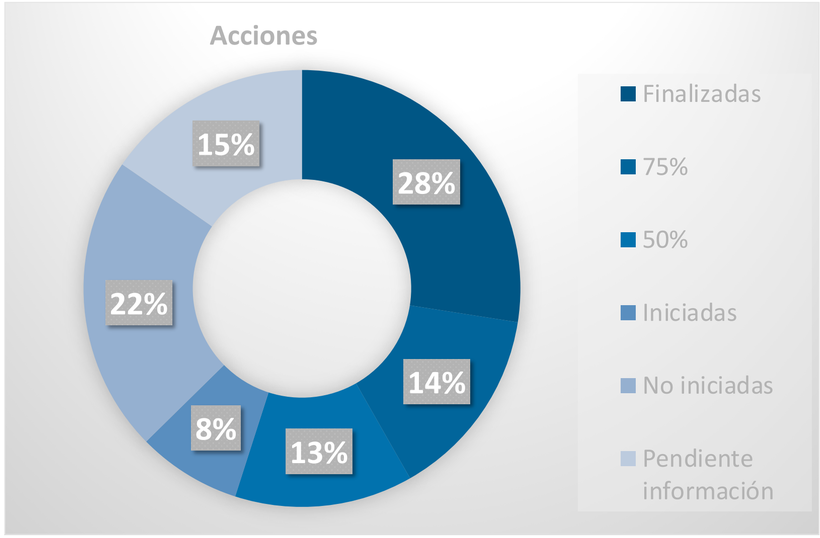
- De los **23 objetivos** estratégicos definidos en el Plan Estratégico:
  - 12 objetivos se encuentran en un **grado avanzado** de cumplimiento. Esto supone un 52% de los objetivos definidos.
  - Existen **4** objetivos no priorizados para 2018.
  - De 7 de ellos, no se dispone de suficientes datos en la fecha de ejecución del presente informe para poder realizar la evaluación.

EVALUACIÓN INTERMEDIA 2018

- De las **28 iniciativas** que comprenden el Plan Estratégico:
  - **5** se encuentran en un grado de ejecución superior al 75%.
  - **14** se encuentran en un grado de ejecución entre el 25 y el 75%.
  - **4** se encuentran en un grado de ejecución inferior al 25%.
  - De 5 de ellas no se dispone de suficiente información, a fecha del presente informe, para poder realizar la valoración.

- De las **92 acciones** (86 iniciales + 6 nuevas acciones) del Plan Estratégico:
  - 25 se encuentran finalizadas.
  - 13 se han completado al 75%.
  - 12 se han completado al 50%.
  - 7 se encuentran iniciadas.
  - 20 no se han iniciado.
  - De 14 no se dispone de suficiente información, a fecha del presente informe, para poder realizar la valoración.





EVALUACIÓN INTERMEDIA 2018

Como conclusiones, se puede señalar que el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo sigue el ciclo de planificación propio del sector público, siguiendo las siguientes fases:

1. Elaboración del Plan
2. Aprobación en Consejo de Gobierno
3. Evaluación y seguimiento.

El Departamento mantiene la coherencia temporal y temática de planificación entre todas sus áreas de responsabilidad: Turismo, Comercio y Consumo.

Asimismo, en línea con los compromisos y prioridades reflejados en el Programa de Gobierno de la XI Legislatura 2016-2020, vemos que en el despliegue del Plan Estratégico de Turismo se han priorizado aquellas acciones y objetivos estratégicos relacionados con aspectos como la mejora de la competitividad y modernización del sector, generación de valor y empleo para la sociedad vasca, y el desarrollo de un modelo sostenible, que sitúe Euskadi como un destino de excelencia y especializado.

Será necesario seguir trabajando en el despliegue de la estrategia definida, con el fin de cumplir con los objetivos establecidos.