

TURISMO ZUZENDARITZA

JARRAIPEN ETA EBALUAZIO TXOSTENA 2018
TURISMOAREN PLAN ESTRATEGIKOA 2017-2020

Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saila

Euskadi, auzolana, bien común

EUSKO JAURLARITZA

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA



GOBIERNO VASCO

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

Aurkibidea

TESTUINGURUA 3. or.	
	METODOLOGIA 11. or.
PLANAREN IKUSPEGI OROKORRA ETA EGOERA 17. or.	
	EKINTZA-PLANAREN EGOERAREN XEHETASUNA 61. or.
ONDORIO NAGUSIAK 91. or.	



TESTUINGURUA

Txosten honen xedea

Txosten honen xedea

XI. Legegintzaldiko (2016-2020) Gobernu Programak 15 plan **estrategiko** jasotzen zituen guztira. Plan horiek Gobernu Kontseiluak ezarritako helburuei erantzuten zieten, eta bat egiten zuten "Europa 2020 Estrategiarekin" eta Nazio Batuen Garapen Jasangarrirako Helburuekin (5P): *People; Prosperity; Peace; Planet eta Partnership*.

Planteamendu horrek bermatzen zuen gobernu osoaren jardueraren eta Europako strategiaren eta garapen jasangarri globalaren arteko koherentzia.

Gobernu Programak jasotzen zituen 15 plan estrategikoen artean, **Turismo, Merkataritza eta Kontsumoko Plan Estrategikoa** zegoen, eta, zehazkiago, **2017-2020 aldirako Euskal Turismoaren Gida Plana**. Bi planak 2017an onartu ziren, 2017-2020 aldirako.

2016-2020ko Gobernu Programak honako hauek identifikatzen zituen:

- ✓ 4 oinarri, 10 ardatz estrategiko,
- ✓ 175 konpromiso, eta
- ✓ 650 ekimen

I. zutabea, Enplegua, ekonomiaren suspertzea eta jasangarritasuna» izenekoa, zen turismo-sektorearekin zerikusia zuena, eta, turismoari dagokionez, I.1 ardatzean hedatzen zen (Hazkunde sendoa, enplegu gehiago eta hobea dakarrena).

Gobernuaren ustez, enplegua lehentasun **estrategikoa zen, eta, ondorioz, haren jardunaren oinarrizko ardatza**. Kalitate handiagoko enplegua lortzeko, Euskadik honako hauek behar zituela aldarrikatzen zen:

- sare ekonomiko indartsua, mundura irekia, eta
- produktibitate handiagokoa, berrikuntzaren eta giza baliabideen kualifikazioaren bidez.

Txosten honen xedea

Turismoaren sektorea eskema estrategiko horretan sartzen zen. Sektoreak gero eta ekarpen handiagoa egiten dio BPGari, 2006an % 5,2 izatetik 2017an % 6,1 izatera igaro baita, eta aldi horretan ia bikoiztu egin du enplegu-maila.

Kalitatezko eta balio erantsiko turismoaren aldeko apustua egiten duen sektorea da, eta, horretarako, pertsona kualifikatuak eta prestakuntza hobea dutenak behar dira. Baina, era berean, gizarte-, ingurumen- eta lurralde-mailan turismo jasangarriagoa lortzea du helburu.

Horrela, turismoaren sektoreak XI. Gobernu Programaren Estrategiaren izenburu generikoa ohoratzen du: Giza Garapen Jasangarria. Ikuspuntu hori bat dator, halaber, Turismo Sailak 2030erako duen ikuspegiarekin:

- Modu jasangarrian haztea, bikaintasun- eta espezializazio-jomuga gisa sendotzeko, Europa osoko erreferente gisa.

XI. Legegintzaldiko Programako I.1 ardatza, “Hazkunde sendoa, enplegu gehiago eta hobea dakarrena”, Gobernuak bere gain hartzen zituen 32 konpromiso espezifiko osatzen zuten.

Zehazki, konpromiso horietako hiruk zuzeneko eragina zuten turismo-jardueran:

- **28. konpromisoa:** EAEko jarduera turistikoan bikaintasuna eta jasangarritasuna sustatzea
- **29. konpromisoa:** Turismo esperientzialaren aldeko apustua.
- **30. konpromisoa:** Herrialdeko turismo-marka, Euskadi Basque Country

Konpromiso horietako bakoitza Legegintzaldiko XI. Programan hedatzen zen, ekimen-multzo baten bidez. Zehazki, 28. konpromisoak 13 ekimen biltzen zituen, 29. konpromisoak 4 ekimen eta 30. konpromisoak 5 ekimen.

Jarraian, Gobernu Programak konpromiso horietako bakoitzerako dituen ekimenak zehazten dira.

Txosten honen xedea

28. konpromisoa: EAEko jarduera turistikoan bikaintasuna eta jasangarritasuna sustatzea

- 1. EKIMENA: 2017-2020 urteetarako Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Planaren esparruan, Turismoaren Gida Plana egitea.
- 2. EKIMENA: Produktu turistiko lehiakorren sorrera bultzatzea, eta turismo-jardueraren esparruan ekimen berritzaileak sustatzea.
- 3. EKIMENA: Sektorearen profesionalizazioa sustatzea eta turismo-lanbideak babestea
- 4. EKIMENA: Euskadiren turismo-baliabideen sustapena bultzatzea.
- 5. EKIMENA: Turismo-eskaintzaren merkaturatzea sustatzea, bai formatu konbentzionaletan, bai proposamen berritzaileetan; teknologia berriak erabiltzea sustatuz, eskaintza turistikoan proposamen berri baliotsuak prestatzeko.
- 6. EKIMENA: Kongresu, konbentzio eta azoken segmentuaren alde apustu egiten jarraitzea, MICE turismoaren helmuga direnez gero, eta turismo enogastronomikoaren alde ere bai, Euskadi mundu mailako erreferente bihurtzeko xedez.
- 7. EKIMENA: Hainbat turismo-eskaintza sustatzea, bikaintasunezko tartean dagoen turistaren “target”-aren arabera dagoen eskaera espezializatuari kasu eginez.
- 8. EKIMENA: Arau-esparrua eguneratzea, Turismoaren Lurralde Antolamenduko Plana idatzi, eta neurketa-sistemak ezartzea, sektoreko estrategia publikoen eta pribatuen ikuspegi egokia izateko.
- 9. EKIMENA: Euskal turismoaren, merkataritzaren eta sukaldaritzaren arteko sinergiak sustatzea eta ekimen arrakastatsuen balioa azpimarratzea (Basque Culinary Center, kasurako).
- 10. EKIMENA: Turismo-sektoreko laguntzak egokitzea, jasangarritasunaren irizpidea sartuta.
- 11. EKIMENA: Euskadiren turismo-irisgarritasunaren eredua eguneratzea.
- 12. EKIMENA: Herri osoaren seinaletika moderno, ulergarri eta integratua ezartzea.
- 13. EKIMENA: Turismo-arloan inguruko lurraldeekin edo gure herriaren antzekoak direnekin lankidetzaharremanak bultzatzea.

29. konpromisoa: Turismo esperientzialaren aldeko apustua.

- 1. ekimena: Turismo-baliabide eta -esperientzia nagusiak lehenetsi eta definitzea.
- 2. ekimena: Eskaintza esperientziala hobetzea, turismo-sektoreari egindako deialdien bidez, eta sektore horri informazioa ematea, kudeaketa hobetzeko.
- 3. ekimena: Turismo-eskaintza esperientziala kudeatzea, jarraipena, kontrola eta balorazioa egiteko sistema baten bidez.
- 4. ekimena: Euskadiko eskaintza esperientziala hedatzen eta garatzen laguntzea, sustapen-ekintzen bidez.

30. konpromisoa: Herrialdeko turismo-marka: Euskadi Basque Country

- 1. ekimena: Gure helmuga bereizten duten elementuak bultzatzea oinarrizko elementu erreferente gisa, Euskadi Basque Country marka turistikoa posizionatzeko.
- 2. ekimena: Gure turismo-enpresen nazioartekotze-proiektuetan laguntzea, turismo-jarduera erakartzen laguntzeko.
- 3. ekimena: Euskadi marka sustatzea nazioarteko foro eta azoketan, Euskadi Basque Country nazioartekotzeko estrategiari jarraituz.
- 4. ekimena: Euskadi Basque Country herri-marka gisa proiektatzea, erakundeen eta agente publiko zein pribatuen kudeaketa-estrategia koordinatua baliatuz.
- 5. ekimena: Euskadi Basque Country helmuga sustatzea, euskal turismo-administrazioaren elementu integratzaile eta harmonizatzaile gisa.

Txosten honen xedea

Aurrerago ikusiko dugun bezala, ekimen horiek, zeinak Jaurlaritzak bere gain hartutako konpromisoak baitziren, bat zetozen, nola ez, Turismoaren Gida Planean hedatzen ziren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren beraren ekimenekin.

XI. Gobernu Programa, beraz, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren proposamen estrategikoa egiteko **gida izan zen**. Proposamen hori, turismoaren atalean, Euskal Turismoaren 2030 Estrategian zehaztu zen, eta, bereziki, 2017-2020 Turismoaren Gida Planean.

Gida Plan horrek, hasiera batean, zazpi ardatz estrategiko finkatu zituen, eta horietan oinarritzen zuen bere edukia. Ardatz horiek bat egiten zuten Gobernu Programan hartutako konpromisoekin.

Gida Planaren zazpi ardatzak jarrian jasotzen den moduan adierazi ziren, eta parentesi artean aipatzen zen Jaurlaritzaren zein konpromisorekin zeuden esleituta:

1. **ardatza:** Turismo-eskaintza bikaina (29. konpromisoa)
2. **ardatza:** Erakarpeta eta fidelizazioa (29. eta 30. konpromisoak)
3. **ardatza:** Tokiko komunitatea (28. konpromisoa)
4. **ardatza:** Jasangarritasuna (28. konpromisoa)
5. **ardatza:** Lehiakortasuna (28. konpromisoa)
6. **ardatza:** Lurraldea eta Turismoa (28. eta 29. konpromisoak)
7. **ardatza:** Gobernantza (28. eta 30. konpromisoak)

Txosten honen xedea

7 ardatz estrategiko horiek helburu estrategikoetan, ekimenetan eta ekintzetan hedatu ziren. Guztira:

- 23 helburu estrategiko,
- 28 ekimen,
- 86 ekintza.

2017-2020 aldirako Euskal Turismoaren Gida Planean proposatutako ekimenek XI. Legegintzaldiko Gobernu Programaren 28., 29. eta 30. konpromisoak eta horiei lotutako ekimenak jasotzen zituzten.

Era berean, industriaren ikuspegiarekin batera, lotutako bi helburu mota zeuden: helburu sozioekonomikoak eta bazkideentzako balioa.

Lehenengok hazkundera hobetzeko beharra aipatzen zuten; produktibitate handiagoa eta jasagarritasun handiagoa. Bigarrenak kuantitatiboak ziren.

Adierazle orokorrak:

	2016	2017	2018	2030 helburua
Batez besteko per capita gastua eguneko	193	Pen.	Pen.	225
Batez besteko egonaldia	1,9	Pen.	Pen.	2.2.
Turistak hiriburuetatik kanpo	% 35	Pen.	Pen.	% 45

Txosten honen xedea

1. ardatzarekin lotutako helburu estrategikoak honela definitu ziren:

- 1A. Baliabide turistiko garrantzitsuenen balioa nabarmentzea
- 1B. Euskadiko bezeroentzat balio-proposamen erakargarria edukitzea
- 1C. Turismo-jardunbide egokien sistema sinplifikatua sartzea

2. ardatzari lotutako helburuak hauek izan ziren:

- 2A. Bezeroak modu eraginkorragoan konkistatzea
- 2B. Bezeroen atxikipena eta fidelizazioa areagotzea
- 2C. Enpresa gehiago erakartzea eta haien gogobetetasuna handitzea

3. ardatzak helburu estrategiko hauek zituen:

- 3A. Euskal gizartearentzako baldintza hobek sortzea
- 3B. Merkataritza txikia eta kalitatezko artisauak indartzea
- 3C. Kalitatezko tokiko produktuen kontsumoa sustatzea
- 3D. Mikroenpresa eta ETE turistikoen kopurua handitzea

4. ardatzari dagokionez, honako helburu hauek ezarri ziren:

- 4A. Baldintza hobek sortzea turistentzat
- 4B. Enpresentzako baldintza hobek sortzea eta kalitatezko enpleguaren sorrera sustatzea
- 4C. Turismo-industriaren aztarna ekologikoa murriztea

5. ardatzari honako helburu hauek lotzen zitzaizkion:

- 5A. Giza kapital lehiakorrak izatea
- 5B. Lege- eta arau-esparrua garatzea
- 5C. Berrikuntza zabaltzea, sektorea modernizatzea eta digitalizatzea
- 5D. Inbertitzaileentzako balio-proposamen erakargarria sortzea

6. ardatzari dagokionez, honako helburu hauek ezarri ziren:

- 6A. Lurraldeko turismo-plangintzaren esparrua aktibatzea
- 6B. Lurralde turistikoaren plangintza aurreratua egitea
- 6C. Planaren inplementazio ona erraztea

Azkenik, 7. ardatzari dagokionez:

- 7A. Gobernantza modernoko sistema on bat ezartzea
- 7B. Sailaren antolaketa egokitzea, strategiaren arabera
- 7C. Kudeaketa- eta monitorizazio-esparru eraginkorra hedatzea

Txosten honen xedea

Helburu estrategiko horiek adierazle (neurri) bat eta helburu zehatz bat dituzte zehaztuta. Helburu estrategiko bakoitzari ekimen bat edo batzuk lotzen zaizkio.

Guztira, Gida Planak 28 ekimen ditu zehaztuta, bakoitza bere ekintzekin. Dokumentu honen xedea da proposatutako ekimenen aurrerapen-maila eta ezarritako helburuen betetze-maila ezagutzea.

Xedea

Dokumentu hau Jaurlaritzak 2018ko ekitaldirako aurreikusitako jarraipen prozeduraren barruan kokatzen da, eta 2019ko urtarrilean eskuragarri zegoen informazioarekin egin da.



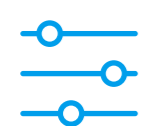
METODOLOGIA

Ebaluaziorako erabilitako prozesua eta metodoa

Ebaluaziorako erabilitako prozesua eta metodoa

Jarraipen- eta ebaluazio-sistemaren helburu nagusia da arazoak proaktiboki identifikatzea eta, ondoren, neurri zuzentzaileak hartzea, informazioa etengabe sortzeko prozesu baten bidez.

Aipatu berri den planteamendutik abiatuta, amaierako ebaluazio honen bidez honako ebaluazio-galdera hauei erantzun nahi zaie:



1. galdera.

Planean hasiera batean planteatutako helburuetatik, zein lortu dira?



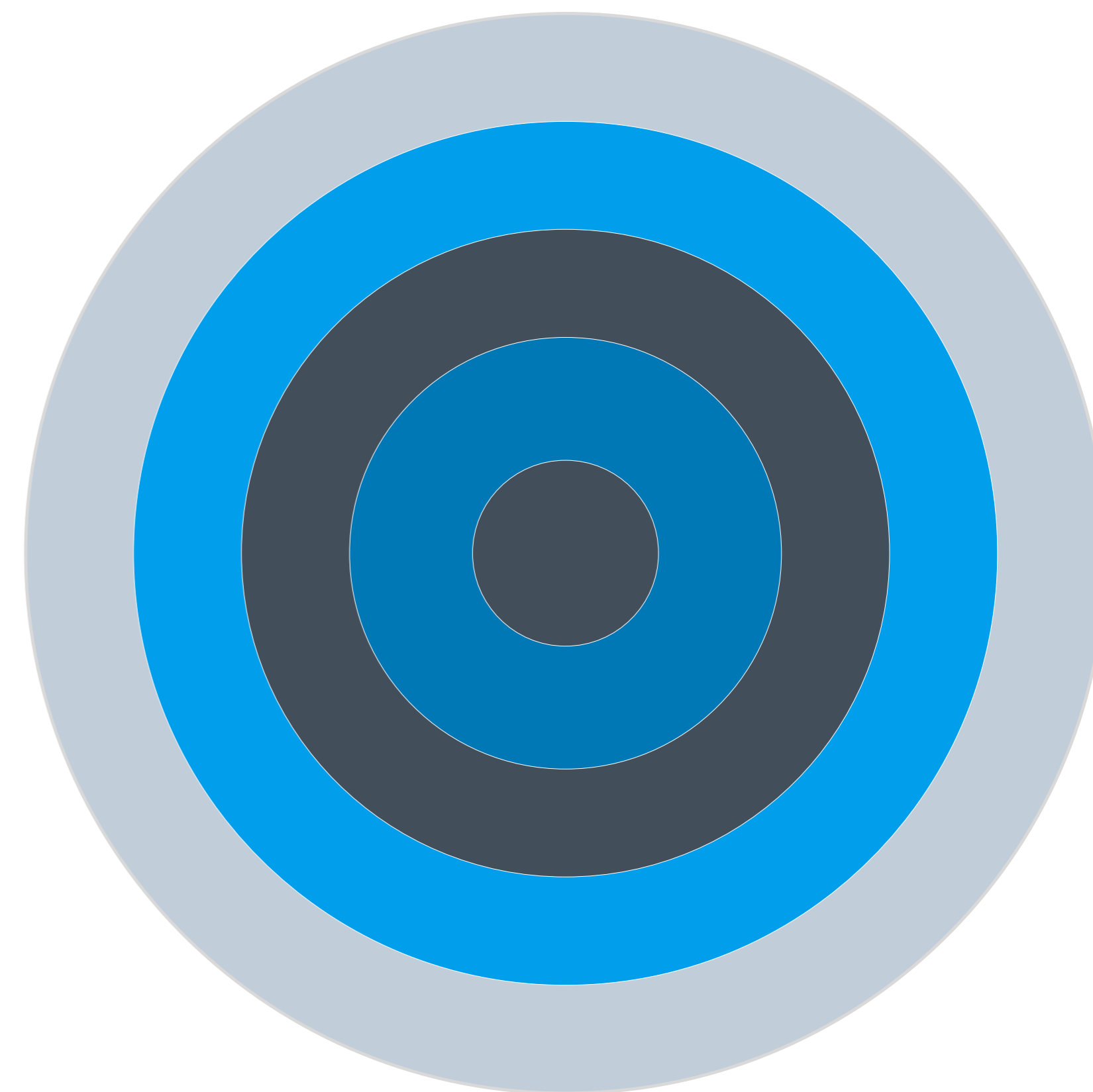
2. galdera.

Bete al dira Planak berak ezartzen zituen helburuak?



3. galdera.

Zein egoeratan daude helburuak lortzen laguntzeko ekimenak?



Ebaluaziorako erabilitako prozesua eta metodoa

Galdera horiei erantzuteko, funtsean bi hurbilketa metodologiko egin dira, eta horien arabera antolatzen da txosten honen egitura: **Proposatutako sistemak bereizita ebaluatuko ditu BSCren funtsezko bi elementu: metrikak eta adierazleak eta ekimenak eta haien ekintzak.**



Metriken eta adierazleen jarraipena

(1. maila)

2017-2020 aldirako Euskal Turismoaren Gida Planaren jarraipenaren helburua izango da planaren BSCn proposatutako helburu estrategikoei lotutako metrikak eta adierazleak (KPIak) monitorizatzea.

Horretarako, 4 dimentsio landuko ditugu:

Helburu estrategikoa

Sailak estrategikoki garatu dituen xedeak edo jomugak.

Neurria

Planaren BSCn proposatutako helburu estrategikoei lotutako adierazleak (KPIak).

Urteko helburu-balioa

Hautatutako batez bestekorako finkatutako urteko balioa.

2018ko balio erreala

2018an lortutako neurriaren balioa.

Ebaluaziorako erabilitako prozesua eta metodoa

Era berean, ebaluazio honen helburua (helburuak eta ekintza-plana) baloratzeko irizpideak honako hauek izan dira:

	Neurriak	Ekimenak	Helburu-balioa	Arduradunen balorazioa
HELBURU ESTRATEGIKOAK	✓	✓		
NEURRIAK			✓	
EKIMENAK				✓
EKINTZAK				✓

Ebaluaziorako erabilitako prozesua eta metodoa



Ekimenen hedapenaren gauzatze-mailaren jarraipena

(2. maila)

Ekimen bakoitzaren ezarpen-maila eta horien lan-paketeak (ekintzak) baloratzeko, jarraian aipatzen den balorazio-sistema erabiliko da, hurrengo taulan adierazten den moduan.

Ekimen baten aurrerapen-maila neurtzea ahalbidetuko digun zenbaki edo hurbilketa bat lortu ahal izateko, haren ekintzen aurrerapen-balioaren batez bestekoa egingo da.

Azpimarratu behar da balorazio horiek subjektiboak direla horiei esleitutako arduradunaren iritziaren arabera, eta ebaluazio honetan haien iritzia hartuko dela baliozko neurri gisa.

AURRERAPEN-MAILA	
% 100	Ekimena/ekintza burutua dago
% 75	Ekimena/ekintza heltze fasean dago, zeregin batzuk falta ditu erabat amaitzeko
% 50	Ekimena/ekintza gauzatze-fasean dago
% 25	Ekimena/ekintza planifikatuta dago, edo hasierako zeregin batzuk eginda ditu
% 0	Ekimena/ekintza ez da egin edo ez da onartu

Inplikaturako eragileak

Saileko eta Basquetourreko talde handi batek egin du ekimenak balioesteko eta ekintzetan taldekatzeko lana.

Besteak beste, eskerrak eman nahi ditugu ebaluazio honetan egindako lanarengatik.

Metodologia

Ebaluaziorako erabilitako prozesua eta metodoa

Carlos Izagirre San Emeterio

Turismo eta Ostalaritzako arduraduna

Pendiente

.....arduraduna

Pendiente

.....arduraduna

Harkaitz Millán

Basquetourreko zuzendari nagusia

Lander Imaz

Produktu arloko arduraduna

Eider Albizu

Lehiakortasuneko arduraduna

Maixabel Azpillaga

Marketineko arduraduna

Nerea García

Zerbitzu Korporatiboen arduraduna

Maitane Tocino

Produktuen arloa. City Breaks & MICE



IKUSPEGI OROKORRA ETA EGOERA

Planaren egoera

PLANAREN EGOERA

Esan bezala, plana honela zegoen egituratuta hasieran:

- 23 helburu estrategiko
- 28 ekimen
- 86 ekintza

2018an, plana berrikusi da eta helburuak lortzeko ekintzak argitu dira. Plana eguneratzeko eta egokitzeko lan horrek honako hauek eragin ditu nagusiki:

- Ekintzak geldiaraztea edo berriak sartzea (**EGUNERATZEA**)
- Ekintzen hasiera- eta amaiera-datak aldatzea (**LEHENESTEIA**)

Jarraian, ekintzen lehentasunen mapa zehazten da, eta, ondoren, abian jarri beharreko ekintza berrien zerrenda eta Planaren egituran duten kokapena erakusten da.

**EGUNERATZEA
+
LEHENESTEIA**

EGUNERATZEA EKINTZAK

Saileko eta Basquetourreko talde handi batek egin du ekimenak balioesteko eta ekintzetan taldekatzeko lana.

PLANAREN EGOERA

1. ARDATZERAKO: TURISMO-ESPERIENTZIA BIKAINAREN ESKAINTZA GARATZEA:

- ETA EKIMEN HONETARAKO: 2 "Produktu berriak" ekimena abiaraztea, ekintza hau txertatu da:
 - ✓ 2.4 PMK matrizean ezarritako A, B eta C produktuen portfolioa garatzea
- Eta 5. ekimenerako: 5. Turismo-zerbitzuen Kalitateko Jardunbide Egokien sistema sinplifikatua hedatzea, honako ekintza hauek txertatu dira:
 - ✓ 5.4 Turismo-kalitateko programak birdiseinatzea, nazioko eta nazioarteko eragile espezializatuekin lankidetzan, horiek arintzeko eta beste proiektu batzuekin integratzea errazteko, enpresen lehiakortasuna hobetuko duen kudeaketa integraleko sistema jasangarria lortze aldera.
 - ✓ 5.5 Euskadiko Irisgarritasun Turistikoaren Eredua egokitzea kalitate turistikoaren kontzeptu zabal baten barruan, sektore berrietara egokituz eta Basquetourrek kudeatutako kalitate-programetan txertatuz, haren ezarpena bultzatzeko.
 - ✓ 5.6 Hautemandako kalitatea kontrolatzeko eta jarraipena egiteko sistema ezartzea.

2. ARDATZERAKO: TURISTAK ERAKARTZEA ETA FIDELIZATZEA.

- Eta 8. ekimenerako: Merkatuak garatzeko ereduak ezartzea, ekintza hau txertatu da:
 - 8.4 Sustapena (sustapen-azokak, JJDD, JJII, fam trips, Press trips, etab.)

4. ARDATZERAKO: TURISMO JASANGARRIKO JARDUNBIDEAK GARATZEA:

- Eta 18. ekimenerako: Sektorea aztarna ekologikoaren murrizketari buruz informatzea eta sentsibilizatzea, ekintza hau txertatu da:
 - ✓ 18,3.- Ingurumen-kudeaketako sistemak ezartzea

PLANAREN EGOERA

0

Geldiarazita

Ekintza oraingoz ez da gauzatuko

1

Garrantzi gutxikoa

Ekintza ez da lehentasuna, eta gainerako ekintzei lehentasuna emanaz geroratu daiteke, lehentasunezkoak badira.

2

Garrantzitsua, baina ez premiazkoa

Ekintza presazko izaerarik gabe gauzatuko eta planifikatuko da

3

Garrantzitsua eta premiazkoa

Ekintza ahalik eta lasterren gauzatuko da

Ekintzak lehenesteko, eskala hau erabili da:

Ekintzei

EKINTZEN LEHENESPENA

Planeko ekintzak lehenestearen emaitza Turismoko zuzendariekin eta Basquetourrekin batera gauzatu da, arloetako arduradunekin koordinatuta.

PLANAREN EGOERA

Esperientzia turistiko bikain baten eskaintza garatzeko foku estrategikoa honako hauetan oinarrituko da:

2. eta 3. lehentasuna duten ekintzak

1.2 Berreskuratu/sustatu beharreko baliabide turistikoak identifikatzea

1.3 Jarduketa-planak egitea eta "top" baliabideen jarraipen berezia egitea, Euskadiko esperientzia-eskaintzarekin batera

2.1 Fluxuak desestazionalizatzen eta lurraldeka deszentralizatzen laguntzen duten aukerak identifikatzea

2.2 Interes bereziko produktuen eskaintza modu eraginkorrean sortzea eta komunikatzea

2.3 Ibilbideen sorrera bultzatzea/"The Basque Route" indartzea

2.4 PMK matrizean ezarritako A, B eta C produktuen portfolioa garatzea

4.3 EBMI Eren komunikazioa abian jartzea, Euskadi bilera-turismorako helmuga garrantzitsu gisa posizionatzeko

5.1 "Euskadi Gastronomia" esperientzia eta metodologia oinarri hartuta, 2/3 produktuetarako jarraitu beharreko kalitate-irizpideak definitzea, jardunbide egokien kodea zabaltzeko.

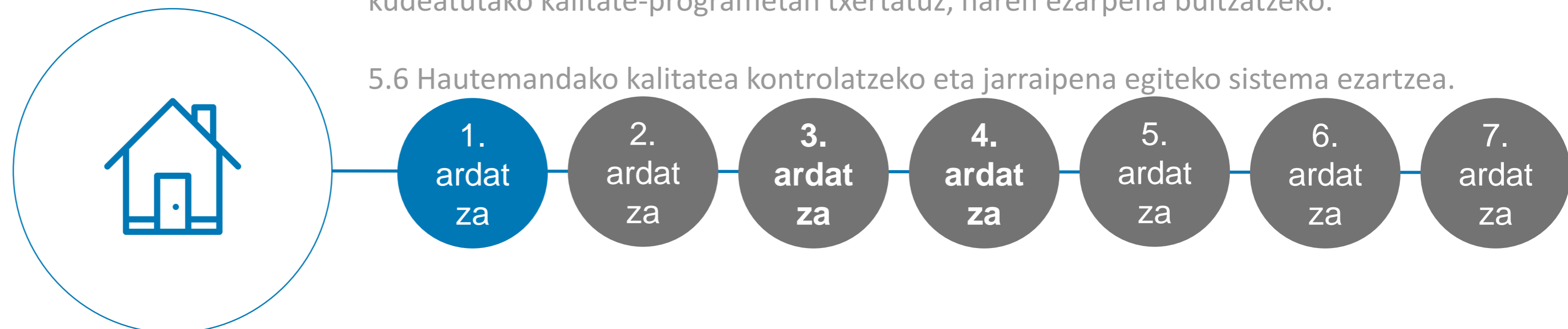
5.2 Kalitatezko jardunbide egokien kodea hedatzea, hautatutako produktuen elkarte garrantzitsuekin lankidetzan

5.3 Kontrol- eta jarraipen-sistema bat ezartzea (on/off -line) 2/3 produktuentzat

5.4 Turismo-kalitateko programak birdiseinatzea, nazioko eta nazioarteko eragile espezializatuekin lankidetzan, horiek arintzeko eta beste proiektu batzuekin integratzea errazteko, enpresen lehiakortasuna hobetuko duen kudeaketa integraleko sistema jasangarria lortze aldera.

5.5 Euskadiko Irisgarritasun Turistikoaren Eredua egokitzea kalitate turistikoaren kontzeptu zabal baten barruan, sektore berrietara egokituz eta Basquetourrek kudeatutako kalitate-programetan txertatuz, haren ezarpena bultzatzeko.

5.6 Hautemandako kalitatea kontrolatzeko eta jarraipena egiteko sistema ezartzea.



PLANAREN EGOERA

Bezeroak erakarri eta fidelizatzea, honako hauetan zentratuko da:

2. eta 3. lehentasuna duten ekintzak

6.3. Publiko erakargarrientzako ekintzak ezartzea (errentagarritasunari eta gastuari dagokienez)

7.1 Marketin teknologikoaren estrategia (MARTECH) definitzea

7.2 Estrategia ezartzea

7.3 Xede-merkatuetan garatu beharreko sustapen-ekintzak urtero programatzea eta inplikaturako eragileekin koordinatzea

7.4 Edukien Plana sortzea

8.4 Sustapena (sustapen-azokak, JJDD, JJII, fam trips, Press trips, etab.)

9.1 Fidelizazio-estrategia definitzea

9.2 Azpiegitura operatiboa eta analitikoa garatzea

9.3 Komunikazio-egitura ezartzea 9.4 CRM sistemaren kudeaketa-eredua definitzea

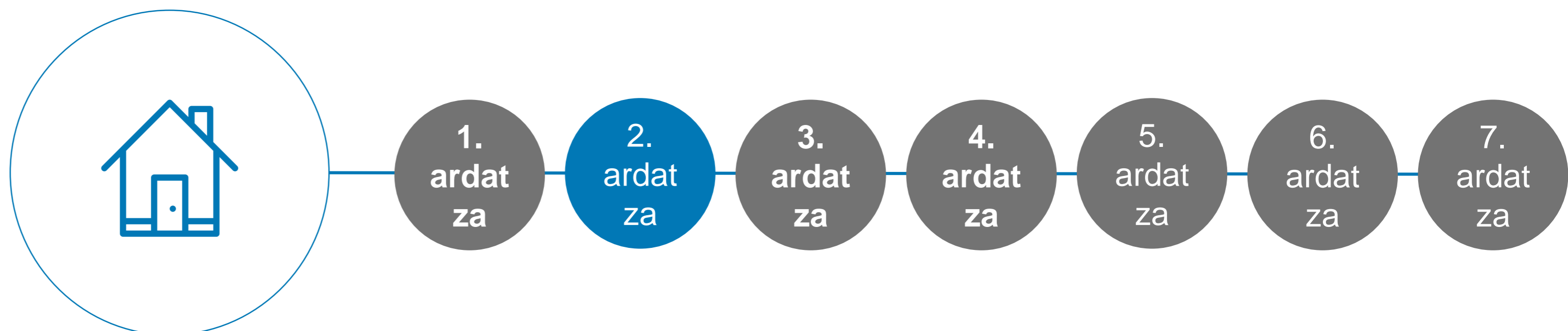
10.1 Basquetourrek eskaintzen dituen zerbitzuak garatzea

10.2 Sustapen-erakundeeetako lankidetzaren eredua birdefinitzea

11.1 Analisi-esparruak eta iturriak identifikatzea, eta datuak modu automatizatuan biltzeko tresnak eta sistemak abian jartzea.

11.2 Antolaketa eta aurrekontua beharretara egokitzea (ikus ETGPren 6.3 puntua ekintza honen xehetasun gehiagorako)

11.3 Txostenen merkatukako kudeaketa bultzatzea, erabakiak hobeto hartzeko eta marketin-estrategiak hobeto diseinatzeko



PLANAREN EGOERA

Tokiko komunitatearentzako balioa sortzea; honako hauek izango ditu ardatz:

2. eta 3. lehentasuna duten ekintzak

12.1 Turismoak euskal gizartearentzat efektu positiboa sortzeko mekanismoak abian jar daitezen sustatzea

12.2 - Sentsibilizazio-ekintzak bultzatzea

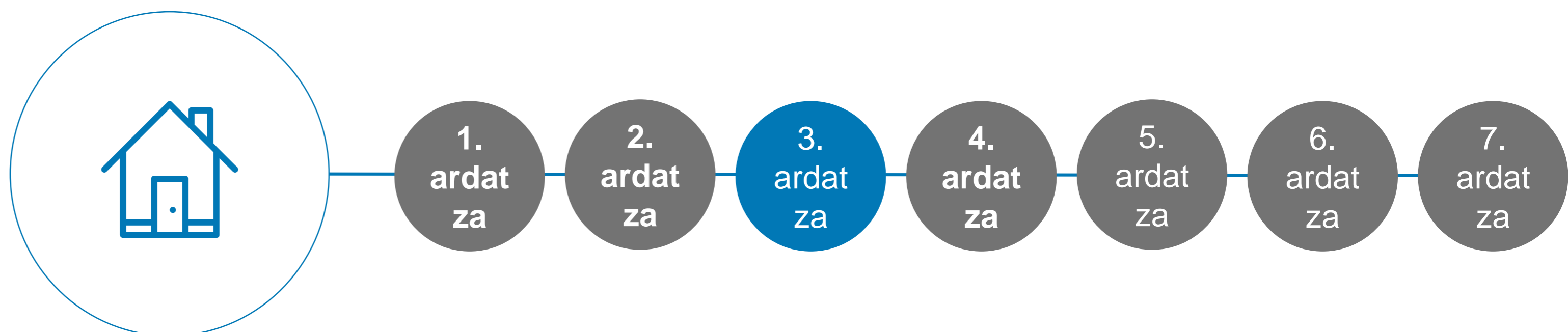
12.3 Herritarrek turismoarekin duten gogobetetze-maila neurtzeko mekanismoak ezartzea

14.2 Tokiko kultura sustatzea, turismo-industriaren eskaintzaren elementu bereizle gisa

14.3 Turisten artean produktu tipiko eta kalitatezkoen kontsumoa sustatzea

15.1 Tokiko ekonomiarako inbertsioak erraztea

15.2 Jarduera-ildo bat sortzea ekintzailetzari laguntzeko eta mikroenpresa eta ETE turistikoari lagun egiteko



PLANAREN EGOERA

Turismo jasangarriko jardunbideak bultzatzea; honako hauek izango ditu ardatz:

2. eta 3. lehentasuna duten ekintzak

16.1 Turistaren Eskubide eta Betebeharren Gutuna hedatzea Euskadin

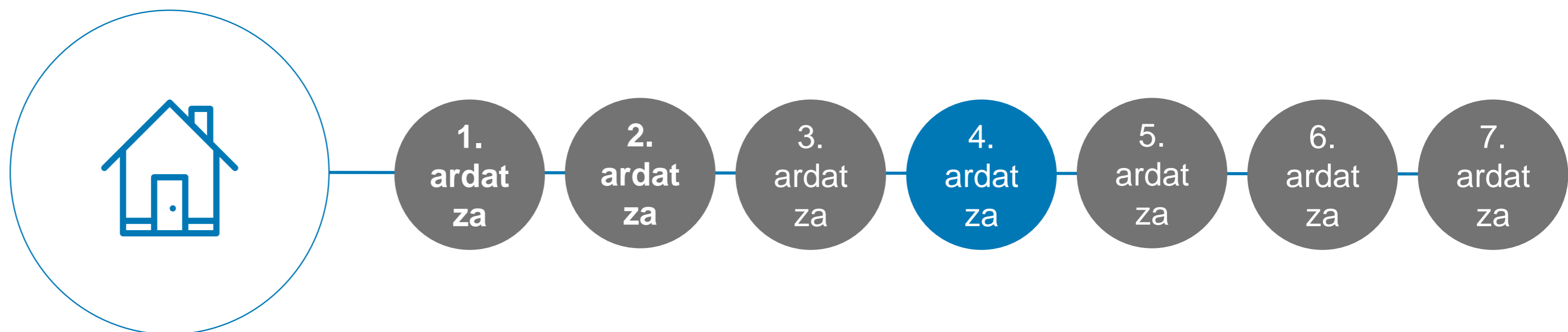
16.2 Helmugan turistarentzako informazioa eta komunikazioa hobetzea. (Itourbask)

17.1 Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa sektorearekin adostea

17.2 Kalitatezko enpleguaren sorrera sustatzea

18.1 Industria informatzea eta sentsibilizatzea igurumen-jasangarritasunaren garrantziaz

18.3.- Ingurumenaren kudeaketarako sistemak ezartzea.



PLANAREN EGOERA

Sektorearen prestakuntza- eta lehiakortasun-baldintzak bultzatzea; honako hauek izango ditu ardatz:

2. eta 3. lehentasuna duten ekintzak

19.1 Turismoaren arloko prestakuntza-beharren diagnostikoa (arautu gabea) eguneratzea

19.3 Erakunde eskudunekin eta industriarekin lankidetzan aritzea, turismoaren arloko prestakuntza-eskaintza erakargarri eta erreala garatzeko, balioa emango duena.

19.4 Teknikarien trebakuntza hobetzeko prestakuntza-planak abian jartzea.

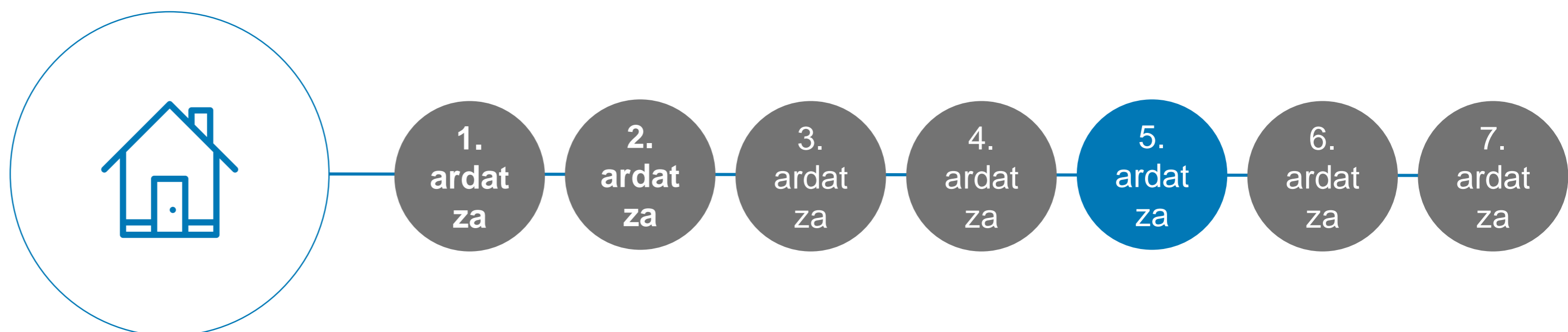
20.1 Turismoaren Legea hedatzea

20.3 Lege-gaietarako online gordailu bat bultzatzea

21.1 Berrikuntzak eta teknologia berriak identifikatzea

21.3 Turismoaren sektorea modernizatzen eta digitalizatzen laguntzea

22.1 Lankidetzaren esparru bat sortzea SPRIrekin eta/edo inbertsio turistikorako beste erakunde publiko batzuekin



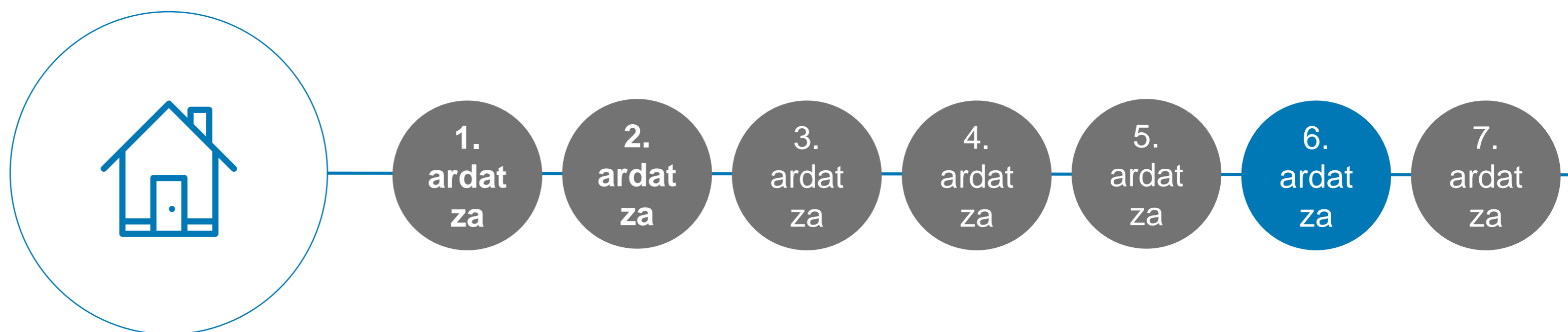
PLANAREN EGOERA

Turismo jasangarriko jardunbideak bultzatzea; honako hauek izango ditu ardatz:

2. eta 3. lehentasuna duten ekintzak

24.1 Turismoko Lurralde Plan Sektoriala hastea

25.3 Laguntzen kudeaketa (ikus ETGParen 6.3 puntua ekintza honen xehetasun gehiagorako)



PLANAREN EGOERA

Turismo jasangarriko jardunbideak bultzatzea; honako hauek izango ditu ardatz:

2. eta 3. lehentasuna duten ekintzak

26.1 Eragile publikoak eta pribatuak turismoaren kudeaketan inplikatzea

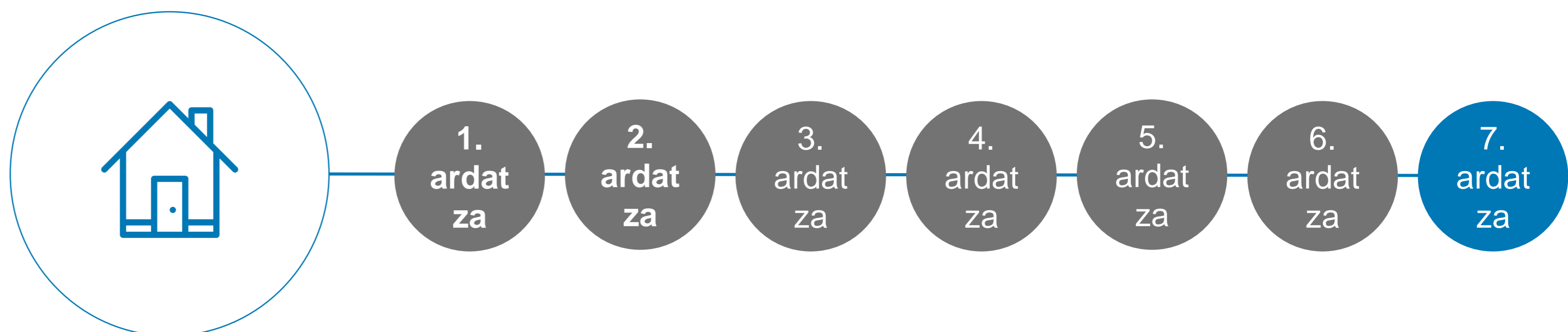
26.3 Helmugaren konektibitatearen hobekuntza sustatzea, erakundeen arteko lankidetzaren bidez

27.1 Antolaketa-eskema berri bat ezartzea (Saila, Basquetour, Itourbask...)

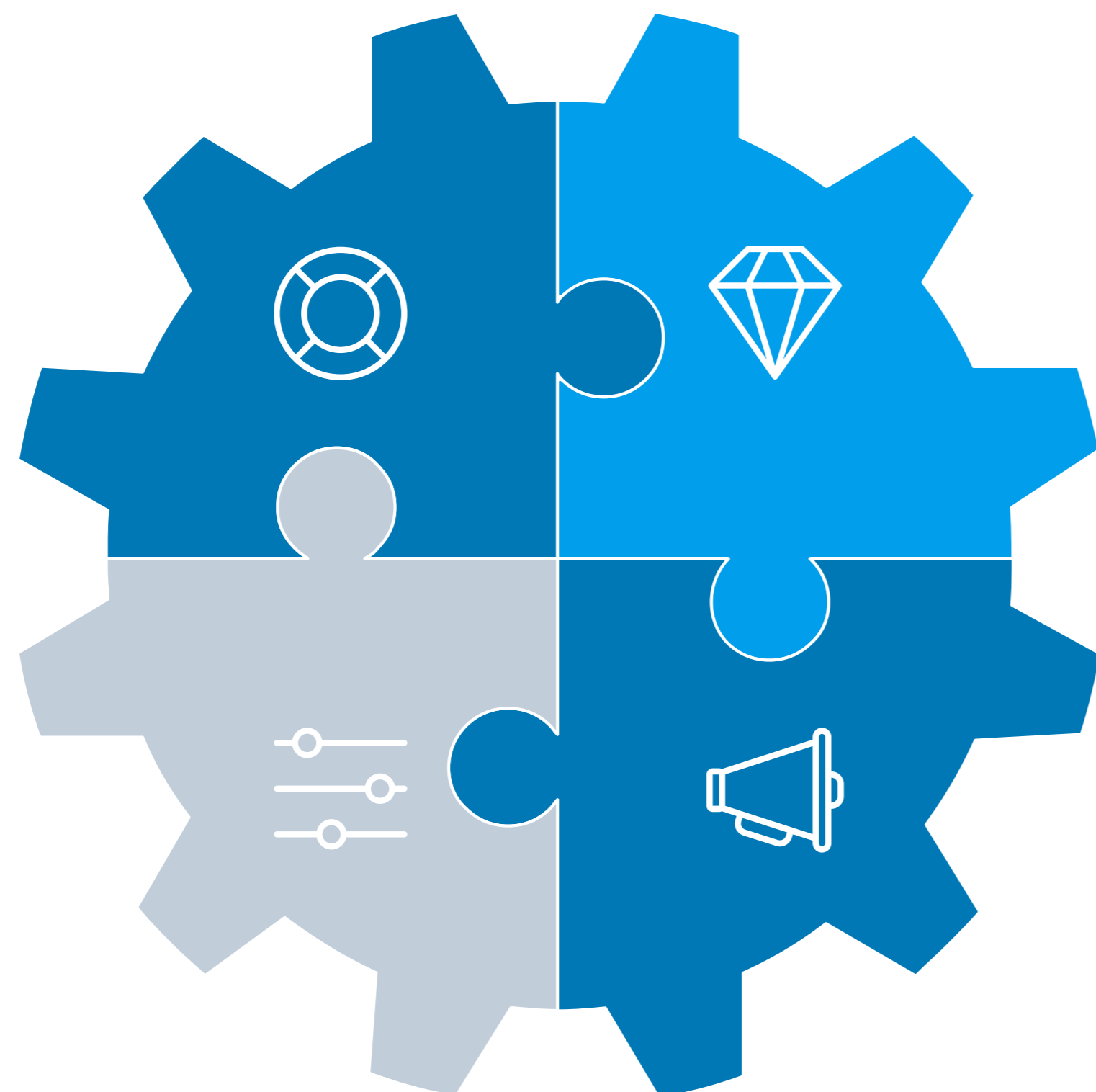
27.2 Prestakuntza-plan bat bultzatzea

27.3 Sailerako egokiak diren baliabideak lor daitezen bultzatzea (ikus ETGParen 6.3 puntua ekintza hau zehatzago azaltzeko)

28.2 Euskadiko Turismoaren Behatokia turismoaren adimen lehiakorreko sistema baten eskakizunetara egokitzea



PLANAREN EGOERA



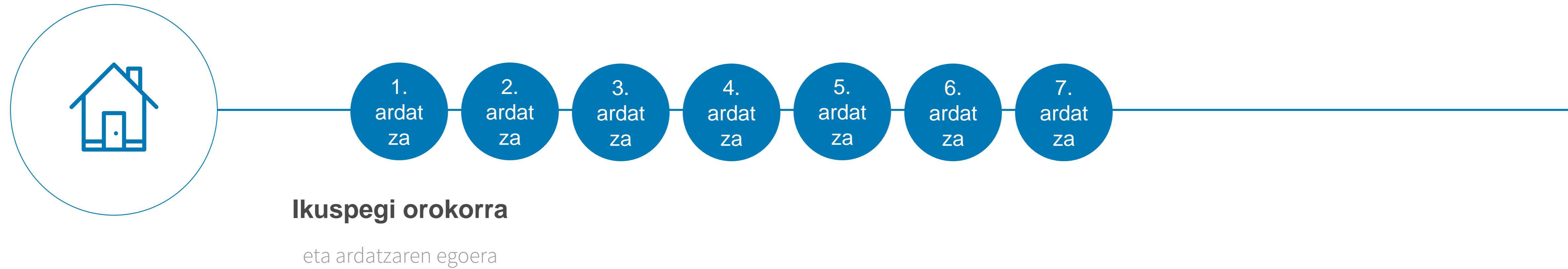
Plan Estratetikoa gogoeta-prozesu bat izanik, hura ezartzeko eta emaitzak lortzeko denbora hilabete edo urte batzuetara mugatu ohi da. Turismoko Plan Estrategikoaren indarraldia 2017tik 2020ra bitartekoa da.

Horregatik, 2018rako tarteko ebaluazio bat Planaren ezarpenaren argazki estatikoa da, eta, beraz, lanaren ikuspegi partzial bat, kasu batzuetan urte anitzeko hedadura duena.

Planaren 2018ko egoera hobeto ulertzeko, Planaren ikuspegi orokorra eta egoera honela egituratu dira:

- ✓ Ardatzen araberako ebaluazio orokorra
- ✓ Helburuen araberako ebaluazioa

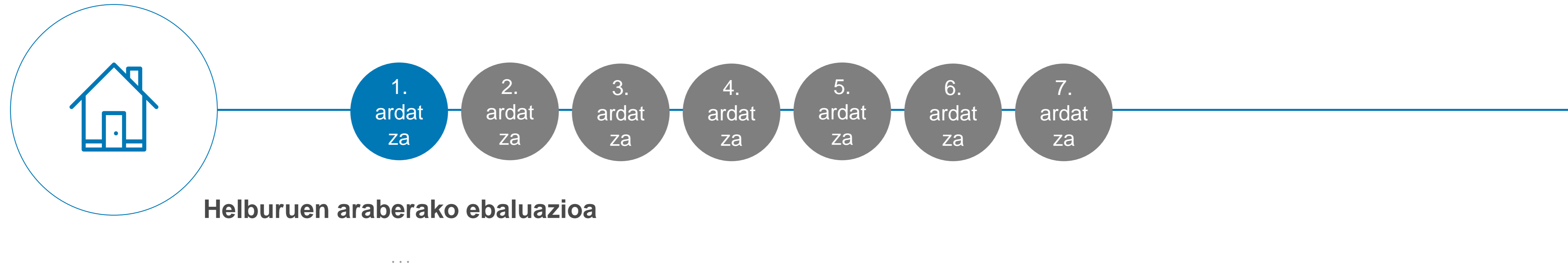
ARDATZEN ARABERAKO EBALUAZIOA



ARDATZEN ARABERAKO EBALUAZIOA

1. ARDATZA: TURISMO-ESKAINZA BIKAINA GARATZEA	4. ARDATZA: TURISMO ARDURATSUKO JARDUNBIDEAK BULTZATZEA	7. ARDATZA: KUDEAKETA- ETA GOBERNANTZA-EREDU BERRI BAT SUSTATZEA
1A. Baliabide turistiko garrantzitsuenen balioa nabarmentzea ■	4A. Baldintza hobeak sortzea turistentzat P	7A. Gobernantza modernoko sistema on bat ezartzea ■
1B. Euskadiko bezeroentzat balio-proposamen erakargarria edukitzea ■	4B. Enpresentzako baldintza hobeak sortzea eta kalitatezko enpleguaren sorrera sustatzea P	7B. Sailaren antolaketa egokitzea estrategiaren arabera ■
1C. Turismo-jardunbide egokien sistema sinplifikatua sartzea ■	4C. Turismo-industriaren aztarna ekologikoa murriztea ■	7C. Kudeaketa- eta monitorizazio-esparru eraginkorra hedatzea ■
2. ARDATZA: TURISTAK ERAKARTZEA ETA FIDELIZATZEA	5. ARDATZA: SEKTOREAREN PRESTAKUNTZA ETA LEHIAKORTASUN BALDINTZAK BULTZATZEA	
2A. Bezeroak modu eraginkorragoan konkistatzea P	5A. Giza kapital lehiakorragoa izatea ■	
2B. Bezeroen atxikipena eta fidelizazioa areagotzea P	5B. Lege- eta arau-esparrua garatzea P	
2C. Enpresa gehiago erakartzea eta haien gogobetetasuna handitzea ■	5C. Berrikuntza zabaltzea, sektorea modernizatzea eta digitalizatzea ■	
3. ARDATZA: TOKIKO KOMUNITATEARENTZAKO BALIOA SORTZEA	5D. Inbertitzaileentzako balio-proposamen erakargarria sortzea ■	
3A. Euskal gizartearentzako baldintza hobeak sortzea ■	6. ARDATZA: LURRALDEAREN TURISMO-KUDEAKETAREN EREDUA HOBETZEA	
3B. Merkataritza txikia eta kalitatezko artisauak indartzea ■	6A. Lurraldeko turismo-plangintzaren esparrua aktibatzea ■	
3C. Kalitatezko tokiko produktuen kontsumoa sustatzea P	6B. Lurralde turistikoaren plangintza aurreratua egitea ■	
3D. Mikroenpresa eta ETE turistikoen kopurua handitzea P	6C. Planaren implementazio ona erraztea ■	

HELBURUEN ARABERAKO EBALUAZIOA



NEURRIA

Balioan jarritako baliabide garrantzitsuen kopurua (metatua)

2018ko JOMUGA

0

2018ko EMAITZA

0

BALORAZIOA



IRUZKINAK

Abian jartzen hasi da

EKIMENAK

1. Turismo-baliabide garrantzitsuen balioa nabarmentzeko ekimen bat aktibatzea

EKIMENAREN LEHENTASUNA

2.

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILA

% 58,33

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

Ekimena 2018an hasia aurreikusita ez zegoen arren (2018ko helburu-balioa 0 zen), lehentasuna eman zaio eta % 50etik gorako betetze-maila du.

NEURRIA

Merkaturatutako produktu berrien kopurua (metatua)

0

0

BALORAZIOA

Abian jartzen hasi da

Garatutako esperientzia-kopurua (urtean)

2

0

Aurreikusita zegoen bi "marka" esperientzia garatzea, baina, azkenean, helburu hori ez zen lehenetsi 2018an.

Kolaboratzaileen eta sektorearen gogobetetze-maila eskainitako zerbitzuei dagokienez (urtean)

0

0

Ez zen lehenetsi 2018rako. Gainera, ez zegoen aurten daturik izatea aurreikusita.

IRUZKINAK

EKIMENAK

2 "Produktu berriak" ekimena abiaraztea

2,7

% 68,75

IRUZKINAK

3. "Euskadi Esperientziala" ekimena aktibatzea

1

% 58,33

4. Euskadi "Boutique Meetings, Incentives & Events" ekimena aktibatzea

0,7

% 0

HELBURUAREN BALORAZIOA

Ekintzetako 2ren gauzatze-maila % 50etik gorakoa da. Gainera, produktu berriak abian jartzea lortu da, 2018rako aurreikusita ez egon arren.

NEURRIA

Bezeroaren gogobetetze-maila bidaia-zikloan zehar (metatua)

2018ko
JOMUG
A

7/10

2018ko
EMAITZA

BALORAZIOA



IRUZKINAK

Balorazio-irizpidea aldatu da. Turisten % 57,8k oso positiboki baloratzen du helmuga, eta % 41,6k nahiko positibotzat.

EKIMENAK

5. Turismo-zerbitzuen Kalitateko Jardunbide Egokien sistema sinplifikatua hedatzea

EKIMENAREN
LEHENTASUNA

2,7

EKIMENAREN GAUZATZE-
MAILA

% 87,50

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

Turisten balorazioa hobetu egin da aurreko urteekin alderatuta. Gainera, ekimenaren gauzatze-maila oso aurreratuta dago.

HELBURUEN ARABERAKO EBALUAZIOA



Helburuen araberako ebaluazioa

2A. Bezeroak modu eraginkorragoan konkistatzea

2B. Bezeroen atxikipena eta fidelizazioa areagotzea

2C. Enpresa gehiago erakartzea eta haien gogobetetasuna handitzea

NEURRIAK

- Balioan jarritako baliabide garrantzitsuen kopurua (metatua)
- Marketineko online aurrekontuaren ehunekoa marketineko aurrekontu osoarekiko (urtean)
- Webgunearen eta sare sozialen errendimendua handitzea (metatua)
- Euskadiren "lagunen" sareko kolaboratzaileen kopurua

2018ko JOMUG A

0

2018ko EMAITZA

0

BALORAZIOA

IRUZKINAK

- Abian jartzen hasi da
- Aurreikusitako jomugaren % 80 lortzen da
-
-

EKIMENAK

- 6. Marketinaren komunikazio-estrategia integratua (MKI) garatzea
- 7. Marketin teknologikoko ekimen bat abiaraztea (MARTECH)
- 8. Merkatuak garatzeko eredu ezartzea

EKIMENAREN LEHENTASUNA

1,3

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILA

%

IRUZKINAK

-
- Marketin teknologikoko adituak kontratatze eta estrategia markatzeko 2019ko aurrekontua
-

2,5

% 0

0,7

% 50

HELBURUAREN BALORAZIOA

Data honetan ez dago nahikoa datu ebaluazioa egin ahal izateko

NEURRIAK

Bezeroen eta enpresen erregistroen ehunekoa CRMren datu-basean (urtean)

2018ko JOMUG A

+ % 30

2018ko EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

EMAITZAREN ZAIN. MAIXABEL

Turistaren errepikapen-indizea (urtean)

% +57

% 47,3

Jomuga % 83an lortu da

EKIMENAK

9. CRM-E ekimena abiaraztea

EKIMENAREN LEHENTASUNA

2,2

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILA

% 58,33

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

Data honetan ez dago nahikoa datu ebaluazioa egin ahal izateko

NEURRIAK

Basquetour-en afiliatutako enpresa berrien kopurua (metatua)

2018ko JOMUG A

10

2018ko EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

Helburu hori ez da lehenetsi 2018an.

Eskainitako zerbitzuekiko gogobetetze-maila (urtean)

7,5/10

Helburu hori ez da lehenetsi 2018an.

Informazioaren kalitateari eta erabilgarritasunari buruzko gogobetetze-maila (metatua)

7,0/10

Euskadiko Merkatu Inteligentziako Sistema diseinatzen eta garatzen ari da.

EKIMENAK

10. Industriarako marketinean laguntzeko ekimen berritzaile bat bultzatzea

EKIMENAREN LEHENTASUNA

1,3

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILA

% 0

IRUZKINAK

Ez da egin.

11. Euskadiko Merkatuko Inteligentzia Sistema (SIME) aktibatzea

2,3

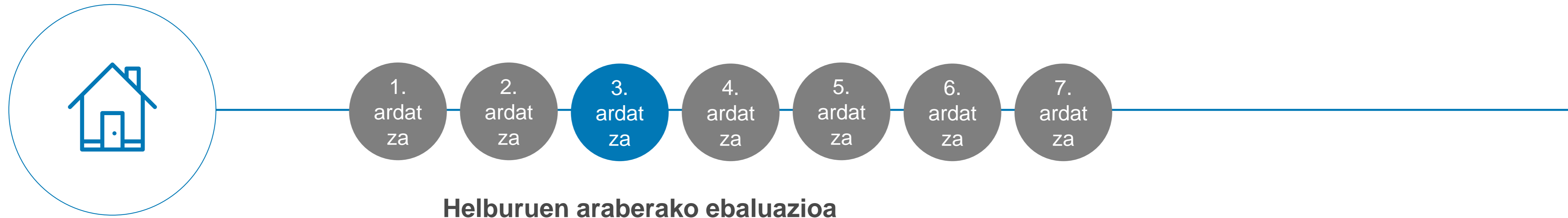
%

Euskadiko Merkatu Inteligentziako Sistema diseinatzen eta garatzen ari da.

HELBURUAREN BALORAZIOA

Helburu hau ez da lehenetsi 2018an.

HELBURUEN ARABERAKO EBALUAZIOA



Helburuen arabera ebaluazioa

3A. Euskal gizartearentzako baldintza hobek sortzea

3B. Merkataritza txikia eta kalitatezko artisauak indartzea

3C. Kalitatezko tokiko produktuen kontsumoa sustatzea

3D. Mikroenpresa eta ETE turistikoek kopurua handitzea

NEURRIA

Herritarren gogobetetasun-maila turismoarekin (urtean)

2018ko JOMUG A

7,0/10

2018ko EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

DICKY

EKIMENAK

12. "Turismoak euskal gizartearentzat dituen onurak" ekimena abian jartzea

EKIMENAREN LEHENTASUNA

3

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILA

% 75

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

Egindako ekimenak garapen handia izan du, eta emaitzak onak izan dira.

NEURRIA

Atxikitako saltoki eta artisau-kopurua (metatua)

2018ko
JOMUG
A

20

2018ko
EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

Helburu hori ez da lehenetsi 2018an.

EKIMENAK

13. "Erosketak Euskadin" ekimena abiaraztea

EKIMENAREN
LEHENTASUNA

0,6

EKIMENAREN GAUZATZE-
MAILA

% 0

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

Helburu hori ez da lehenetsi 2018an.

NEURRIA

Atxikitako enpresen kopurua (metatua)

2018ko
JOMUG
A

50

2018ko
EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

LANDER!

EKIMENAK

14. "Made in Basque Country" ekimena aktibatzea

EKIMENAREN
LEHENTASUNA

1,6

EKIMENAREN GAUZATZE-
MAILA

%-a

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

Data honetan ez dago nahikoa datu ebaluazioa egin ahal izateko

NEURRIA

Turismo-enpresa berrien kopurua (urtean)

2018ko
JOMUG
A

15

2018ko
EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

LAKUA (Eiderrek esanda)

EKIMENAK

15. "MiPymes+" ekimena abian jartzea

EKIMENAREN
LEHENTASUNA

2

EKIMENAREN GAUZATZE-
MAILA

%

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

Data honetan ez dago nahikoa datu ebaluazioa egin ahal izateko

HELBURUEN ARABERAKO EBALUAZIOA



Helburuen araberako ebaluazioa

4A. Baldintza hobeak sortzea turistentzat

4B. Enpresentzako baldintza hobeak sortzea eta kalitatezko enpleguaren sorrera sustatzea

4C. Turismo-industriaren aztarna ekologikoa murriztea

NEURRIA

Turisten gogobetetze-maila (urtero)

2018ko
JOMUG
A

7,5/10

2018ko
EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

LAKUA (Eiderrek esanda)

EKIMENAK

16. "Turismo Jasangarria" ekimena martxan jartzea turistentzat

EKIMENAREN
LEHENTASUNA

2,3

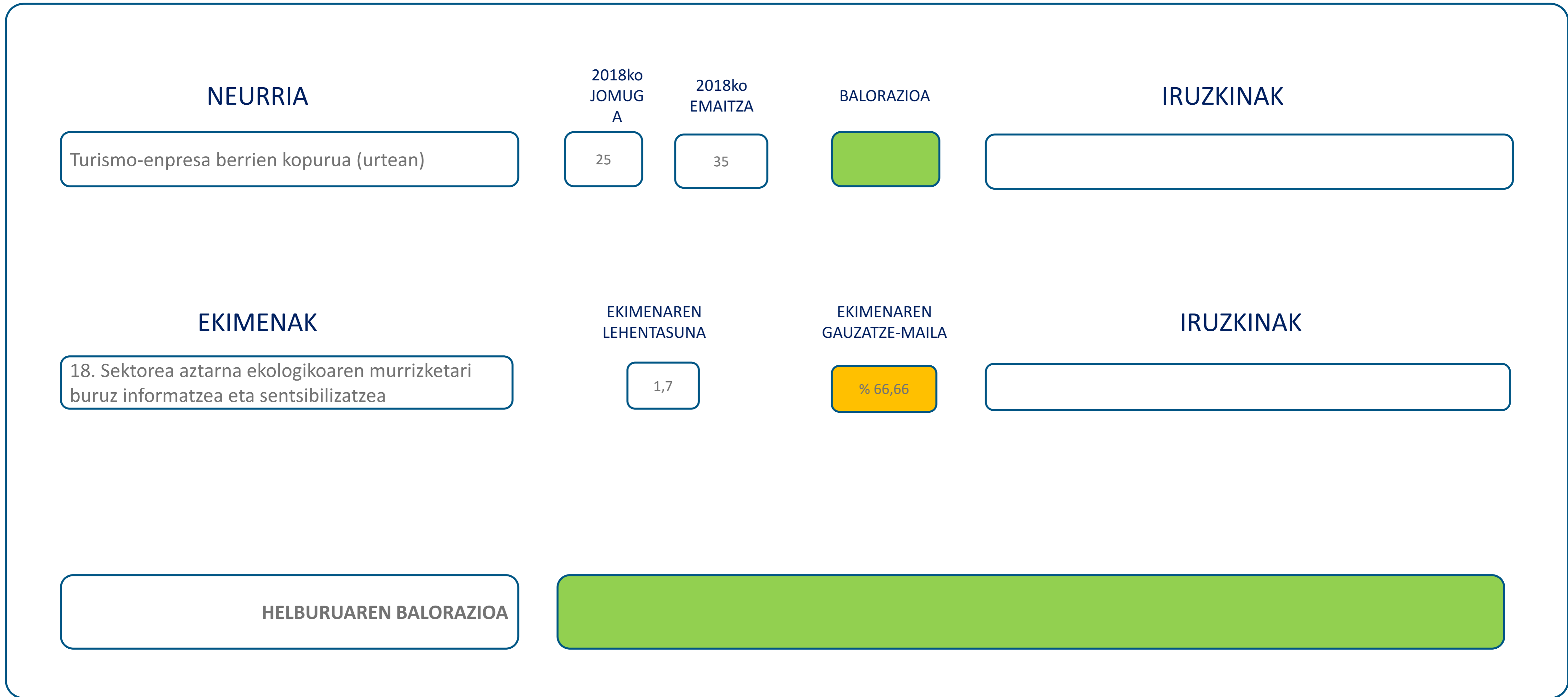
EKIMENAREN GAUZATZE-
MAILA

% 50

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

NEURRIA	2018ko JOMUG A	2018ko EMAITZA	BALORAZIOA	IRUZKINAK
Turismo jasangarriaren indizea	600/1000			LAKUA (Eiderrek esanda)
EKIMENAK	EKIMENAREN LEHENTASUNA	EKIMENAREN GAUZATZE-MAILA	IRUZKINAK	
17. "Turismo Jasangarria" ekimena martxan jartzea enpresentzat	2	% 66,66		
HELBURUAREN BALORAZIOA				



HELBURUEN ARABERAKO EBALUAZIOA



SEKTOREAREN PRESTAKUNTZA ETA LEHIAKORTASUN BALDINTZAK BULTZATZEA

- 5A. Giza kapital lehiakorragoa izatea
- 5B. Lege- eta arau-esparrua garatzea
- 5C. Berrikuntza zabaltzea, sektorea modernizatzea eta digitalizatzea
- 5D. Inbertitzaileentzako balio-proposamen erakargarria sortzea

NEURRIA

Turismoaren arloko prestakuntza-sistemeekin industriak duen gogobetetze-maila (urtero)

2018ko JOMUG A



2018ko EMAITZA

8/10

BALORAZIOA



IRUZKINAK

EKIMENAK

19. Turismoari buruzko prestakuntza-ekimen bat abian jartzea

EKIMENAREN LEHENTASUNA

1,2

EKIMENAREN GAUZATZE MAILA

% 62,5

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

NEURRIA

Garatutako eta finkatutako lege eta erregelamenduen % (metatua)

2018ko JOMUG A

% 10

2018ko EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

LAKUA (Eiderrek esanda)

EKIMENAK

20. Lege- eta arau-esparrua bultzatzea

EKIMENAREN LEHENTASUNA

1,7

EKIMENAREN GAUZATZE MAILA

% 0

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

NEURRIA

Parte hartu duten enpresen kopurua (urtean)

2018ko
JOMUGA

10

2018ko
EMAITZA

276

BALORAZIOA



IRUZKINAK

EKIMENAK

21. Berrikuntza teknologikoa eta digitalizazioa aktibatzea

EKIMENAREN
LEHENTASUNA

2

EKIMENAREN GAUZATZE
MAILA

% 66,66

IRUZKINAK

Lehenetsitako ekintza guztiak eginda.

HELBURUAREN BALORAZIOA

NEURRIA

Inbertitzaileekin eta operadoreekin sinatutako akordio berrien kopurua (urtean)

2018ko JOMUGA

10

2018ko EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

"Ez-lehentasunezko" gisa sailkatua 2018

EKIMENAK

22. Balioa sortzeko eta inbertsioak erakartzeko ekimen bat abiaraztea

EKIMENAREN LEHENTASUNA

1

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILA

% 25

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

Helburu hori ez da lehenetsi 2018an.

HELBURUEN ARABERAKO EBALUAZIOA

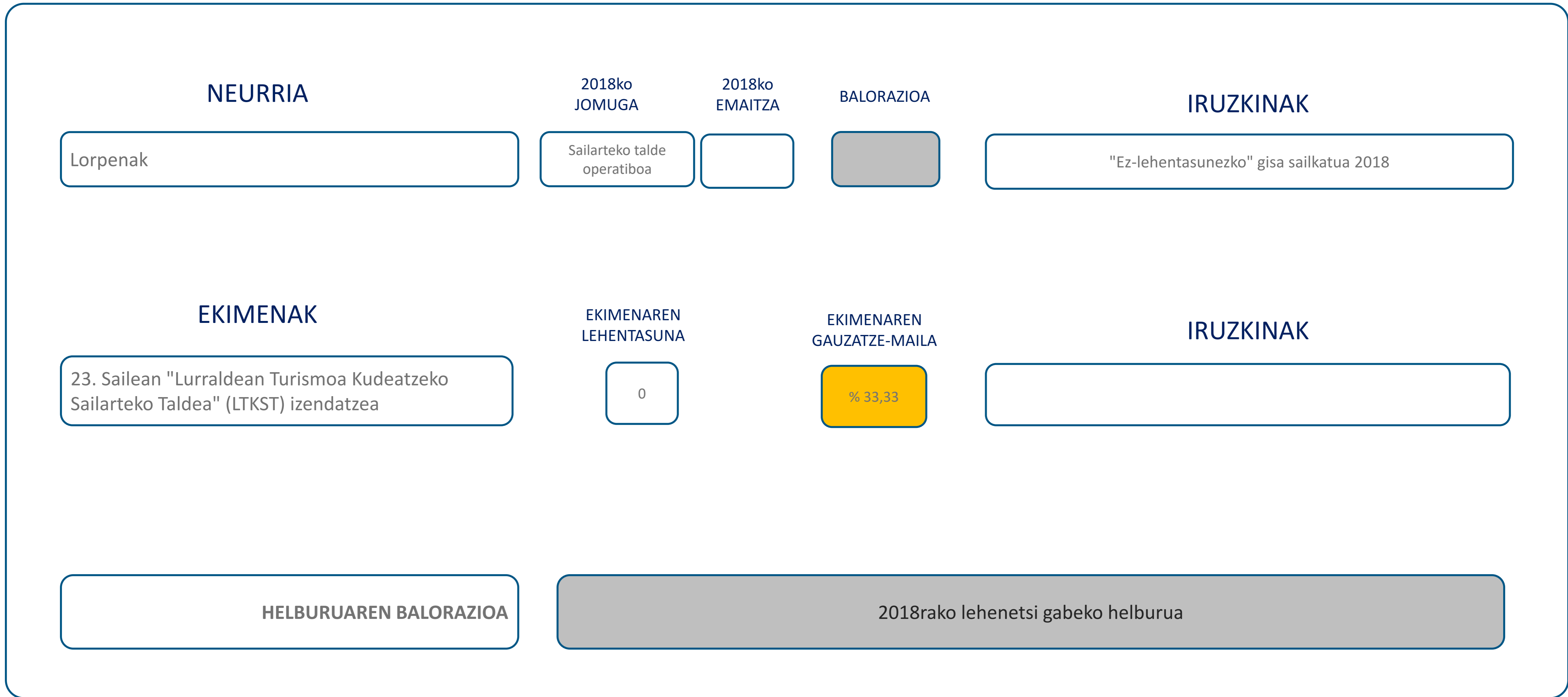


LURRALDEAREN TURISMO-KUDEAKETAREN EREDUA HOBETZEA

6A. Lurraldearen turismo-plangintzaren esparrua aktibatzea

6B. Lurralde turistikoaren plangintza aurreratua egitea

6C. Planaren implementazio ona erraztea



NEURRIA

Lorpenak

2018ko JOMUGA

Turismoko LPSa garatzen hastea

2018ko EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

LAKUA (Eiderrek esanda)

EKIMENAK

24. Turismoko Lurralde Plan Sektoriala (LPS) aktibatzea

EKIMENAREN LEHENTASUNA

1

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILA

% 75

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA



NEURRIA

Tokiko eta eskualdeko erakundeen gogobetetasun-maila emandako laguntzari dagokionez (urtean)

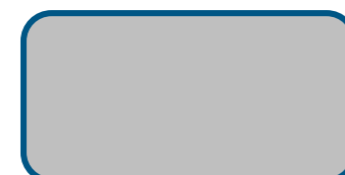
2018ko JOMUGA



2018ko EMAITZA



BALORAZIOA



IRUZKINAK

2018an martxan jartzea aurreikusita zegoen.

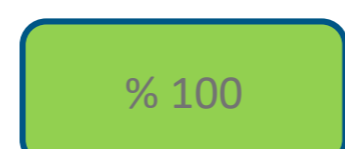
EKIMENAK

25. Planaren inplementazio onerako laguntzak ematea

EKIMENAREN LEHENTASUNA



EKIMENAREN GAUZATZE-MAILA

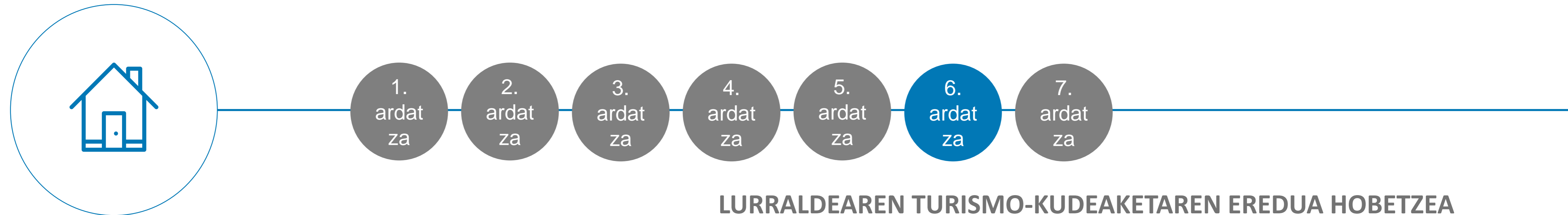


IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA

2018an martxan jartzea aurreikusita zegoen, baina hainbat ekintza jarri dira abian jada

HELBURUEN ARABERAKO EBALUAZIOA



LURRALDEAREN TURISMO-KUDEAKETAREN EREDUA HOBETZEA

7A. Gobernantza modernoko sistema on bat ezartzea

7B. Sailaren antolaketa egokitzea estrategiaren arabera

7C. Kudeaketa- eta monitorizazio-esparru eraginkorra hedatzea

ADIERAZLEAK

Lorpenak

2018ko
JOMUGA

Gobernantza
berria hasita

2018ko
EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

EKIMENAK

26. Gobernantza-sistema berri bat ezartzea

EKIMENAREN
LEHENTASUNA

2

EKIMENAREN
GAUZATZE-MAILA

% 100

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA



ADIERAZLEAK

Lorpenak

2018ko
JOMUGA

Erakunde
lerrokatua

2018ko
EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

EKIMENAK

27. Sailaren antolaketa berria abian jartzea

EKIMENAREN
LEHENTASUNA

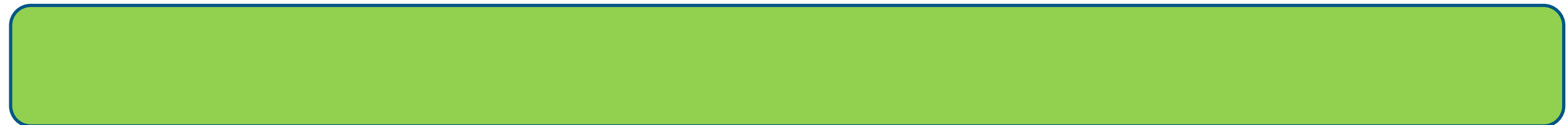
2

EKIMENAREN
GAUZATZE-MAILA

% 66,66

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA



ADIERAZLEAK

Lorpenak

2018ko
JOMUGA

BSC
inplementatua

2018ko
EMAITZA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

EKIMENAK

28. Turismoa monitorizatzeko eta kudeatzeko sistema berri bat abiaraztea

EKIMENAREN
LEHENTASUNA

1,5

EKIMENAREN
GAUZATZE-MAILA

% 58,33

IRUZKINAK

HELBURUAREN BALORAZIOA



XEHETASUNA

EKINTZA-PLANAREN EGOERA

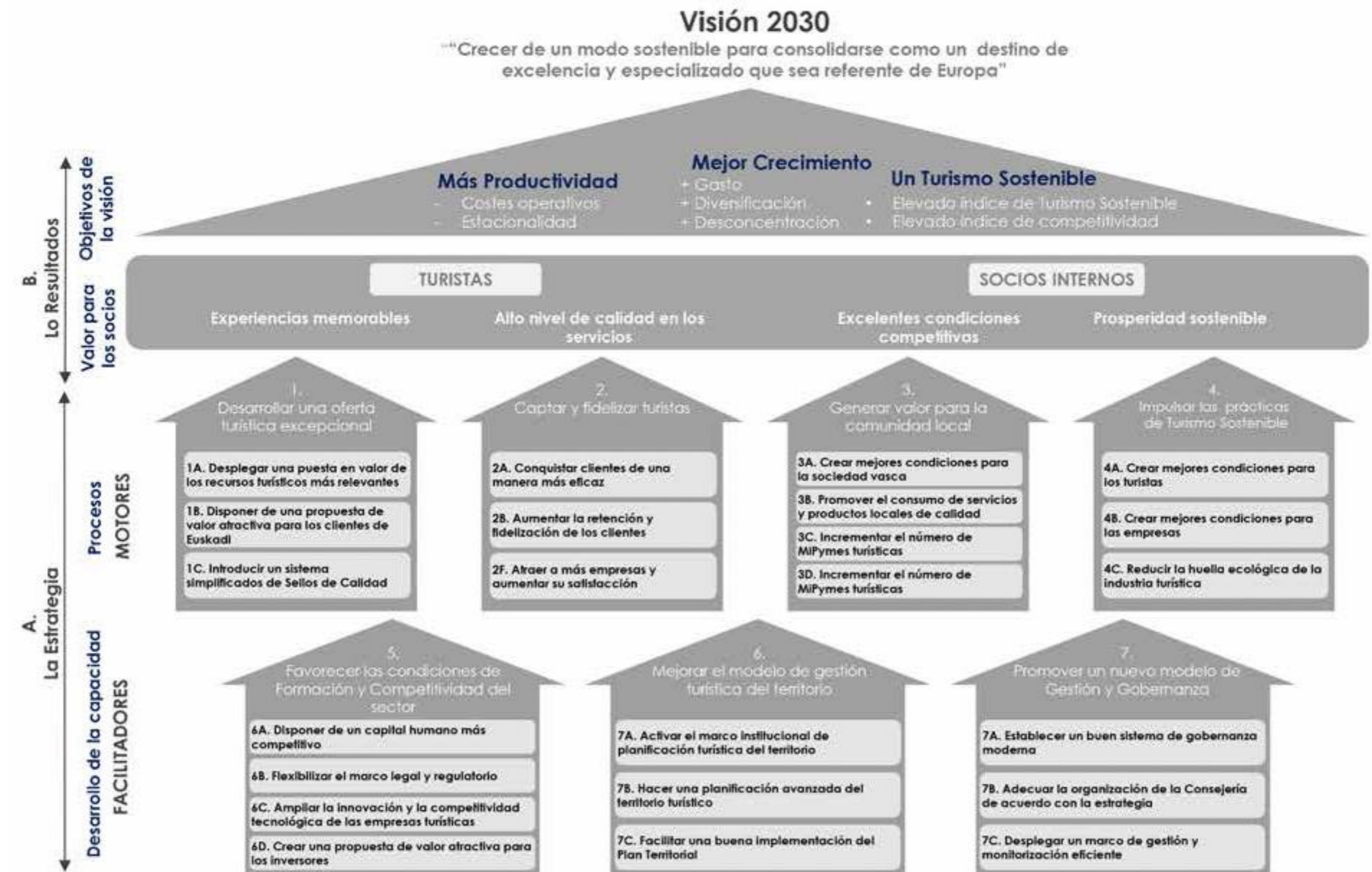
EKINTZA-PLANAREN EGOERA

Ikusi dugunez, zehaztutako helburu estrategikoak ekimenetan hedatzen dira, eta horiek, aldi berean, ekintza-plan xehatu batean, guztira 86 jarduketa biltzen dituena.

Jarraian, xehetasunez ebaluatuko dugu jarduketa horien GAUZATZE-MAILA, kontuan hartuta, halaber, hasieran egindako lehenespena.

Haien arduradunekin lankidetzan egin da azterketa, eta aurrerapen-mailaren ehuneko bat esleitu zaio ekintza bakoitzari, arduradun bakoitzaren ikuspegi subjektiboaren arabera.

Hori guztia oinarri hartuta, 2018. urterako zehaztutako ekintza-plana ebaluatzeko fitxak aurkeztuko ditugu jarraian.



HELBURU ESTRATEGIKOA:

1A. Baliabide turistiko garrantzitsuenen balioa nabarmentzea

EKIMENA:

1. Turismo-baliabide garrantzitsuen balioa nabarmentzeko ekimen bat aktibatzea

DESKRIBAPENA:

Euskadik baliabide turistikoak ditu, aparteko eskaintza turistikoa garatzen lagun dezaketenak. Baliabide horien balioa nabarmentzeko, prozesu sendo samar bat behar da. Horretarako, beharrezkoa da inbentario bat izatea, turismo-gune eta -atrakzioen xehetasunekin. Inbentario hori modu erregularrean eguneratu behar da (bi urtean behin), kalitatezko baliabide turistikoen xehetasuna izateko, eta gai izan behar du turistentzat oso erakargarria den balio-proposamena eskaintzeko. Itourbasken zeregina erabakigarria izango da prozesu horretan.

Inbentariatutako baliabide turistikoei balioa emateko, espazio fisikoak behar bezala mantendu beharko dira, eta baliabide garrantzitsuenen ("top" deiturikoen) eta Euskadiko esperientzia-eskaintza zabalaren jarraipen berezia egin beharko da. Inbentario-prozesuarekin batera, jarduketa-planak egingo dira, aldundiekin eta udalerriekin lankidetzan berreskuratu edo indartu/garatu daitezkeen espazio eta baliabide turistikoak identifikatzeko, dagoen eskaintza osatze aldera.

EKINTZEN BALORAZIOA:

1.1 Turismo-baliabideen inbentarioa eguneratzea eta eguneratze-plana ezartzea	1	% 75ean burutua	Basquetourrek Euskadiko baliabide turistikoen inbentarioa dauka, 2016an eguneratua. Produktuen arloko zeregin nagusietako bat da, eta beste adierazle batzuekin eguneratzen joango da. Jarduera hori Eusko Jaurlaritzaren eskumenekoa ez den seinale-eredutik harago doa.
1.2 Berreskuratu/sustatu beharreko baliabide turistikoak identifikatzea	3	% 50ean burutua	Proiektuaren abiapuntua 2018an ezarri zen, eta turismo industrialarekin lehen mailako zenbait baliabide turistiko potentzialen balioa nabarmenduko da 2019rako. 2018an identifikatu genituen, 2019an lantzeko.
1.3 Jarduketa-planak egitea eta "top" baliabideen jarraipen berezia egitea, Euskadiko esperientzia-eskaintzarekin batera	2	% 50ean burutua	Esperientzia-eskaintzaren jarraipena egiten da, baina ez TOP baliabideena, datorren urterako geratzen baita, OTErekin, SITaren bitartez.

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 58,33an burutua

IRUZKINAK

Euskadik baliabide turistikoen eskaintza izango du, turistentzat balio-proposamen erakargarria eskaintzeko gai dena eta inbentarioa eguneratzeko plana duena. Aldi berean, berreskura/susta daitezkeen baliabide turistikoak identifikatzeko plan bat egingo da, aldundi eta udalerriekin lankidetzan.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

1.B. Euskadiko bezeroentzat balio-proposamen erakargarria edukitzea

EKIMENA:

2. "Produktu berriak" ekimena abiaraztea

DESKRIBAPENA:

Euskadik bere baliabide turistikoaren aniztasunaren balioa nabarmenduko du, ondo dibertsifikatutako produktuen eta esperientzien portfolio erakargarri bat eskaintzeko, turistaren gastua handitzeko eta lurraldean fluxu turistikoak hobeto banatzeko helburuekin bat etorriz. Turismo-eskaintzaren dibertsifikazioa, batez ere, interes bereziko turismoa sustatuz areagotuko da. Horretarako, bidaiak pertsonalizatuak sortuko dira, hobby bat praktikatu edo beren burua prestatu eta ikasi nahi duten turistaren beharrak eta motibazioak ase ahal izateko. Azkenik, lurralde-birbanaketa Euskadiko Tour Handiaren bidez egingo da. Tour hori Euskadiren inguruko ibilbide-multzo batek osatzen du, eta aukera bat izango da turistentzat Euskadi 5-10 egunetan kalitate handiko zerbitzu pertsonalizatuarekin deskubritzeko.

EKINTZEN BALORAZIOA:

2.1 Fluxuak desestacionalizatzen eta lurraldeka deszentralizatzen laguntzen duten aukerak identifikatzea	LEHENTASUNA	3	BALORAZIOA	Amaituta	IRUZKINAK	Aurten bi produktu berri sortu dira: Euskadi Txakurrarekin eta Industria Turismoa.
2.2 Interes bereziko produktuen eskaintza modu eraginkorrean sortzea eta komunikatzea		2		% 50ean burutua		8 produktuetatik 3tan sustapen-kanpaina egin da.
2.3 Ibilbideen sorrera bultzatzea/"The Basque Route" indartzea		3		% 75ean burutua		The Basque Route eta Hemingwayren Euskadiko ibilbidea sortu dira.
2.4 PMK matrizean ezarritako A, B eta C produktuen portfolioa garatzea		3		% 50ean burutua		Aurrekontu-gaien arabera produktu-planen gauzatze partziala.

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 68,75ean burutua

IRUZKINAK

Euskadik ekimen bat abiaraziko du bere baliabideei balioa emanaz produktu berriak segmentura sortzeko, erosteko ahalmen handiagoa duten turistak erakartzeko eta turismo-fluxuak lurraldean hobeto banatzeko.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

1.B. Euskadiko bezeroentzat balio-proposamen erakargarria edukitzea

EKIMENA:

3. "Euskadi Esperientziala" ekimena aktibatzea

DESKRIBAPENA:

Esperientzia gogoangarriak Euskadiren elementu bereizle eta strategiaren ardatzetako bat izango dira. Azken urteotan ahaleginak egin diren arren, produktu edo zerbitzu gutxi bihurtu dira esperientzia benetan bikain. Horren arrazoia da, besteak beste, ez dagoela aparteko esperientzia bereizleak garatzeko eta horien kudeaketaz arduratzeko ekimenik aldi berean sektoreari laguntza eskainiko dionik.

EAEko esperientzia turistikoaren sistemak 3 negozio-eredu izango ditu ("aingura", "marka" eta "sinadura"), eta haien esperientziak elementu hauengatik nabarmenduko dira: leku/lurralde bakoitzari leialak izango dira; Euskadiren benetako nortasuna erakutsiko dute; oso erakargarriak izango dira bikaintasun-helmuga gisa duten posizionamenduaren arabera hautatutako segmentu eta merkatuentzat; osagarriak izango dira haien artean; eta balioa sortzeagatik nabarmenduko dira, bai turistentzat bai tokiko eta enpresentzat, turismo jasangarriaren esparruan.

EKINTZEN BALORAZIOA:

3.1 Esperientziak sortzeko eta garatzeko beharrezkoak diren lan-metodologiak diseinatzea	LEHENTASUNA	1	BALORAZIOA	% 75ean burutua	IRUZKINAK	2010az geroztik, metodologia propioa dugu, urtero hobetu duguna eta ezartzen ari dena.
3.2 Iraupen luzeagoko bisitak eragingo dituzten esperientziak garatzea		1		% 75ean burutua		86 eta 150 esperientzia bitarteko esperientzia-eskaintza bikoiztu da, 300 esperientzia-bolumen gordinarekin.
3.3 Turismo-esperientzien eta -produktuen marketina eta merkaturatzea sustatzea		1		Hasita		Aurrekontu-faltagatik.

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 58,33an burutua

IRUZKINAK

Esperientziak Euskadiren elementu bereizle eta strategiaren ardatzetako bat izango dira. Azken urteotan ahaleginak egin diren arren, produktu edo zerbitzu gutxi bihurtu dira esperientzia bikain. Horren arrazoia da, besteak beste, ez dagoela esperientziarik garatzeko eta horien kudeaketaz arduratzeko ekimenik aldi berean sektoreari laguntza eskainiko dionik.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

1.B. Euskadiko bezeroentzat balio-proposamen erakargarria edukitzea

EKIMENA:

4. Euskadi "Boutique Meetings, Incentives & Events" ekimena aktibatzea

DESKRIBAPENA:

Euskadik 2-3 futsezko merkatu eta industrietan tamaina txikiko bilerak erakartzera bideratu beharko ditu bere ahaleginak. Hiriak (ez, baina, hiri handiak) bilatzen dituzten elkarte- eta korporazio-antolatzaileak erakarriko dira, bilera berezi eta zorrozki antolatuak egiteko. "Euskadi Boutique Meetings, Incentives & Events" (EBMIE) balio-proposamenak funtsezko 4 elementu izango ditu: espazio bereziak, benetako esperientziak, mundu-mailako gastronomia eta zerbitzu bikainak. Nabarmen indartu beharko dira komunikazioa eta negozioaren garapena, merkataritza-plan on bat garatzea ahalbidetuko duten datu-baseak sortuz, bai maila korporatiboan bai elkarte-mailan, eta bitarteko espezializatuekin. Basquetourren zeregina, helmuga posizionatzeko ardura duen aldetik, aukeren erakarpina sustatzea eta zerbitzu-menu bat zabaltzea da, laguntzaileentzat eta sektorearentzat, inplikaturako gainerako eragileekin koordinatuta.

EKINTZEN BALORAZIOA:

4.1 "Euskadi Boutique Meetings, Incentives & Events" ekimena diseinatzea	LEHENTASUNA	0	BALORAZIOA	Ez da egin	IRUZKINAK
4.2 Merkataritza-plan bat ezartzea		0		Ez da egin	
4.3 EBMIEren komunikazioa abian jartzea, Euskadi bilera-turismorako helmuga garrantzitsu gisa posizionatzeko		2		Ez da egin	Basquetourreko MICEko pertsonaren dedikazioa ekitaldi handiak egitera mugatzen da, ez jarduera horretara.

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 0an burutua

IRUZKINAK

Euskadik ahalegin guztiak egingo ditu bilera bereziak eta bikaintasunez antolatuak egiteko hirien bila dabilzan 2/3 merkatu eta industria giltzarriko elkarte- eta korporazio-antolatzaileak erakartzeko.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

1C. Turismo-jardunbide egokien sistema sinplifikatua sartzea

EKIMENA:

5. Turismo-zerbitzuen Kalitateko Jardunbide Egokien sistema sinplifikatua hedatzea

DESKRIBAPENA:

Euskadin, turismo-produktuen kalitatean alde nabarmenak daude helmugen artean, eta horrek zaildu egiten du kalitatezko helmuga izatea. Turismo zerbitzuen egungo kalitate-maila handia den arren, badago arriskua bisitariek espero dutena eta errealitatea bat ez etortzeko.

Egoera horrek eragin negatiboa du bezeroaren gogobetetasunean, gomendioan eta atxikipenean. Beraz, Euskadik kalitatezko jardunbide egokien kode bat garatuko du, zerbitzu turistikoaren kalitatea modu sinplifikatuan monitorizatzeko. Metatutako esperientzian eta "Euskadi Gastronomika"-rako garatutako metodologian oinarrituta, jardunbide egokien sistema 2/3 produktura zabalduko da, eta produktu horiei lotutako enpresa-elkarte garrantzitsuekin lankidetzan jardungo da negozioak ebaluatzeko. Horrela, koherentziaz ebaluatuko dira kalitate-irizpideak betetzen dituzten negozioak, esperientzia turistiko bikaina ziurtatuz. Ildo horretan, bezeroaren gogobetetze-mailaren jarraipena egiteko neurriak bultzatuko dira Itourbask sarean, eta datuak euskal turismo-industriari jakinaraziko zaizkio.

EKINTZEN BALORAZIOA:

Turismo-enpresek ahal duten guztia egingo dute kodearen irizpideak betetzeko.
5.1 Jardunbide egokien kodea zabaltzeko "Euskadi Gastronomika" esperientzia eta metodologia oinarri hartuta, 2/3 produktuetarako jarraitu beharreko kalitate-irizpideak definitzea.

5.2 Kalitateko jardunbide egokien kodea hedatzea, hautatutako produktuen elkarte garrantzitsuekin lankidetzan

5.3 Kontrol- eta jarraipen-sistema bat ezartzea (on/off -line) 2/3 produktuentzat

5.4 Turismo-kalitateko programak birdiseinatzea, nazioko eta nazioarteko eragile espezializatuekin lankidetzan, horiek arintzeko eta beste proiektu batzuekin integratzea errazteko, enpresen lehiakortasuna hobetuko duen kudeaketa integraleko sistema jasangarria lortze aldera.

5.5 Euskadiko Irisgarritasun Turistikoaren Eredua egokitzea kalitate turistikoaren kontzeptu zabal baten barruan, sektore berrietara egokituz eta Basquetourrek kudeatutako kalitate-programetan txertatuz, haren ezarpena bultzatzeko.

5.6 Hautemandako kalitatea kontrolatzeko eta jarraipena egiteko sistema ezartzea.

LEHENTASUNA	2	Amaituta	IRUZKINAK	Produktu-klubaren proiektuen edo proiektu publiko/pribatu guztietarako atxikipen- eta kontrol-eskuliburuak eta -betekizunak garatu dira
	3	Amaituta		Euskal Kostaldean, Euskadi Gastronomikan eta Familia Turismoan garatua eta aplikatua
	2	Hasita		Familia Turismorako garatu da aurten
	3	Amaituta		740 enpresari eman diegu zerbitzua. Helmugako turista-kalitateko programa eta sektoreen programa
	3	Amaituta		Eredu berria 5 dibertsitate funtzioletan eguneratu dugu (fisikoa, bisuala, intelektuala, organikoa, entzumekoa), eta 18 baliabide turistikori pilotatu diegu, zeinei ez baitzitzaien eman aurreko bereizgarria - Diagnostikoa, ekintza-plana irtenbideekin eta informazio-dosierrak. 4 azpisektoretan: ostatua, jatetxeak, interpretazio-zentroak eta turismo-informazioko bulegoak
	3	Amaituta		Bezero misterioetsuen programa: 163 ebaluazio egin dira, eta % 70eko gogobetetasuna lortu da.

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 87,5ean burutua

IRUZKINAK

Kalitatezko jardunbide egokien sistema sinplifikatua zabalduko da, turismo-zerbitzuen kalitatea zehatzago monitorizatzeko aukera emateko. Osagarri gisa, laguntza teknikoa eskainiko zaie kalifikazioa hobetu nahi duten enpresei eta helmugei, kalitate-irizpideak betetzeko eta turistarentzat esperientzia hobea ziurtatzeko.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

2A. Bezeroak modu eraginkorragoan konkistatzea

EKIMENA:

6. Marketinaren komunikazio-estrategia integratua (MKE) garatzea

DESKRIBAPENA:

Europako 3 merkatu nagusietan, Frantzia izan ezik, Euskadi markak duen nabaritasun-maila ertaina da, eta helmugak eskain dezakeenaren inguruko ulermena, berriz, txikia da. Bestalde, ez dago asoziazio handirik, eta nabarmenena da hiri-ihesaldietarako helmuga ezin hobea dela eta kultura-eskaintza interesgarria eta gastronomia bikaina dituela. Ekimen hau Euskadi – Basque Country markaren nahitako posizionamenduan oinarritzen da, horixe baita merkatura eraman nahi dena. Markaren posizionamenduan eta egungo egoeran oinarrituta ezarriko dira komunikazio-helburuak, erakarri beharreko publikoak, mezuen ekosistema eta lehentasunezko tresnak. Horietan, marketin digitalak eta harreman publikoek funtsezko zeregina izango dute lehentasunezko merkatuetan irudia indartzeko.

Euskadik indartu egingo du komunikazioan egiten duen inbertsioa, eta markako aterki-komunikazioa eta motibazioen araberako komunikazio segmentatua konbinatuko ditu.

EKINTZEN BALORAZIOA:

6.1 Barneko zein kanpoko komunikazio-estrategia ezartzea, publiko, merkatu eta kanalei dagokienez	LEHENTASUNA	1	BALORAZIOA		IRUZKINAK	
6.2 Komunikazio-prozesu integratua ezartzea.		1				
6.3. Publiko erakargarrientzako ekintzak ezartzea (errentagarritasunari eta gastuari dagokienez)		2				

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% Xn burutua

IRUZKINAK

Marketin-komunikazio integratuak komunikazioaren helburuak eta Euskadi markaren posizionamenduari buruz jakinarazi beharreko mezu giltzarriak ezarriko ditu, baita xede-publiko bakoitzari ekartzen dizkion onurak ere.

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

2A. Bezeroak modu eraginkorragoan konkistatzea

EKIMENA:

7. Marketin teknologikoko ekimen bat abiaraztea (MARTECH)

DESKRIBAPENA:

Ekimen honek MARTECH kontzeptuan oinarritutako marketin bat ezartzea proposatzen du, teknologiaren erabileran oinarritutako turismo-marketina kudeatzeko modu berri bat, marka-sistemaren komunikazio integratu bat gauzatzeko eta pertsona egokiei eduki egokiak eskaini ahal izateko, behar duten unean. Horretarako, turistaren bidaia-zikloaren faseen arabera gauzatu da marketina. MARTECH sistema bat abian jarri ahal izateko, Sailak (Basquetourren bidez) ekosistema digitala definitu beharko du, eta tresna teknologikoen azpiegitura indartsu bat izan beharko du. Horrez gain, turistaren bidaia-zikloaren etapa bakoitzerako estrategia definitu beharko du, markari eta motibazioei dagokienez, bai eta xede-merkatuetan eta inplikaturako eragileekin koordinatuta garatu beharreko ekintzen multzoa ere. Era berean, profesional gaituen talde bat izan beharko da, behar bezala antolatua, kalitate handiko edukiak sortzeaz, inplementatzeaz eta kudeatzeaz arduratuko dena.

EKINTZEN BALORAZIOA:

7.1 Marketin teknologikoaren estrategia (MARTECH) definitzea	3	Ez da egin.	Marketin teknologikoko adituak kontratatze eta estrategia markatzeko 2019ko aurrekontua
7.2 Estrategia ezartzea	3	Ez da egin	
7.3 Xede-merkatuetan garatu beharreko sustapen-ekintzak urtero programatzea eta inplikaturako eragileekin koordinatzea	2	Ez da egin	
7.4 Edukien Plana sortzea	2	Ez da egin	

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 0an burutua

IRUZKINAK

Marketin-ekintzak turistaren bidaia-zikloaren fase bakoitzean turistak dituen beharrezanetan oinarrituko dira, MARTECH kontzeptuaren bidez (marketin teknologikoa); marketin turistikoa kudeatzeko modu berri bat, teknologiaren erabileran oinarritua, marka-sistemaren komunikazio integratua gauzatzeko eta behar duten unean pertsona egokiei eduki egokiak eskaini ahal izateko.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

2A. Bezeroak modu eraginkorragoan konkistatzea

EKIMENA:

8. Merkatuak garatzeko eredua ezartzea

DESKRIBAPENA:

Euskadi – Basque Country markaren boterea handitzea faktore askoren mende dago, baina horietako bat da marka indartzea erosleen eta bitartekarien artean, bidaia-agentzien artean, esaterako. Ekimen honen helburua konplizitate-harremanak garatzea da, lehentasunezko 2-3 merkatuetan, esparru digitaleko eta tradizionaleko funtsezko laguntzaile multzo batekin. Horretarako, sailak, bere baliabideen edo kanpoko bidez, beharrezkotzat jotzen badu, merkatu horietan negozio-aukerak identifikatuko ditu, merkatu-adimena egingo du, eta merkatu-planak egingo ditu helburu, metrika eta target zehatzekin. Izendatutako baliabide horien rola izango da merkatu-adimena ematea, laguntzaileen sare bat ezartzea eta baterako marketineko eta lankidetzako aukerak identifikatzea. Plan horiek helmugan sustapen-ekintzak eginez indartuko dira.

EKINTZEN BALORAZIOA:

8.1 Merkatua garatzeko eredu egokia ezartzea	LEHENTASUNA	0	BALORAZIOA	Amaituta	IRUZKINAK	Definitutako eta jarraitutako eredua
8.2 Merkatu-plan profesionalak ezartzea eta lehentasunezko merkatuetan posizioa indartzea		0		Ez da egin.		
8.3 Emaitzen adierazleen arabera kudeatzea eta jarraipena egitea (ikus ETGPko 6.3 puntua, ekintza honi buruzko xehetasun gehiago izateko).		0		Ez da egin		
8.4 Sustapena (sustapen-azokak, JJDD, JJII, fam trips, Press trips, etab.)		3		Amaituta		Egungo sustapena. Zerrenda pasatzen dit

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 50ean burutua

IRUZKINAK

Euskadik konplizitate-harremanak garatuko ditu, lehentasunezko merkatuetan, esparru digitaleko eta tradizionaleko funtsezko laguntzaile multzo batekin.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

2B. Bezeroen atxikipena eta fidelizazioa areagotzea

EKIMENA:

9. CRM-E ekimena abiaraztea

DESKRIBAPENA:

Basquetourrek CRM sistema indartsua du, baina haren ustiapena hasierako fasean dago. Bezeroarekin eta laguntzaileekin harreman-ekimen bat ezarri ahal izateko behar diren baliabideak eman beharko dira, lotura emozional sendoa sor dadin. Gaur egun, sistemak 6.000 erregistro ditu, eta horien portzentajea gehitu nahi da, 2020an % 100era iritsi arte. Helburu hori lortzeko, erakartze-plan indartsu bat diseinatuko da, bide desberdinak erabiliko dituen. Datu-base horietatik abiatuta, turisten motibazio-profilak definituko dira eta lehentasun estrategikoekin bat datozen eskaintza segmentatuak egingo dira. CRMa ere sektorearen esku jarriko da zentzu zabalean, eta hark bere eskaintza segmentatuak egin ahal izango ditu.

EKINTZEN BALORAZIOA:

9.1 Fidelizazio-estrategia definitzea	2	Ez da egin	
9.2 Azpiegitura operatiboa eta analitikoa garatzea	2	% 75ean burutua	Egitura definitu dugu, baina kanpainak abiaraztea falta da. Publikoak: kazetaria, trade-a, turista
9.3 Komunikazio-egitura ezartzea 9.4 CRM sistemaren kudeaketa-eredua definitzea	2	Ez da egin	
"9.4 CRM sistemaren kudeaketa-eredua definitzea"	3	Amaituta	Zoho CRMrekin funtzionatzen

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 58,33an burutua

IRUZKINAK

Sailak, Basquetourren bidez, ekimen indartsu bat ezarriko du bezeroarekin eta laguntzaileekin harremanetan jartzeko, CRM tresnaren bitartez. Ekimen horri esker, turistaren errepikapen- eta gogobetetasun-indizea handitu ahal izango da, eta lotura emozionala sortu ahal izango da turistarekin bidaia-zikloaren fase guztietan.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

2C. Enpresa gehiago erakartzea eta haien gogobetetasuna handitzea

EKIMENA:

10. Industriarako marketinean laguntzeko ekimen berritzaile bat bultzatzea

DESKRIBAPENA:

Basquetourrek ez dauka zerbitzu-portfoliorik euskal enpresei marketin eraginkorragoa egiten laguntzeko eta, ondorioz, lehiakorrangoak izateko. Bestalde, gogobetetzea neurtzen ez bada ere, ikusten da sektoreak ez dituela egindako ahaleginak baloratzen eta ez duela Basquetour erreferente gisa ikusten. Ekimen honen helburua sektorearekiko harreman-eredu berri bat zehaztea da (Basquetourren eta Eusko Jaurlaritzaren bulegoen bidez), hurbilagoa eta konstanteagoa, lurraldeko bilera presentzialak zein beste tresna berritzaileago batzuk erabiliz, bai eta Euskadiko sektoreko enpresei eta erakundeei balio erantsiko marketin-zerbitzuak emateko erreferente gisa posizionatzea ere, gehiago eta hobeto saltzen laguntzeko. Helburua da Basquetour erreferente bihurtzea sektoreko enpresentzat, marketin digitalaren, teknologia berrien, merkatu-adimenaren, prestakuntzaren eta merkatu igorleetako aukeren garapenaren arloan, balio erantsi handiko zerbitzuak emanez.

EKINTZEN BALORAZIOA:

10.1 Basquetourrek eskaintzen dituen zerbitzuak garatzea	LEHENTASUNA	2	BALORAZIOA	Ez da egin	IRUZKINAK
10.2 Sustapen-erakundeekiko lankidetzaren eredu birdefinitzea	LEHENTASUNA	2	BALORAZIOA	Ez da egin	IRUZKINAK
9.3 Komunikazio-egitura ezartzea 9.4 CRM10.3 sistemaren kudeaketa-eredua definitzea Lankide-sare berri bat bultzatzea, Eusko Jaurlaritzak kanpoan dituen ordezkariarekin eta Lehendakariaren Kanpo Ekintzarekin lankidetzan	LEHENTASUNA	0	BALORAZIOA	Ez da egin	IRUZKINAK
	LEHENTASUNA		BALORAZIOA		IRUZKINAK

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 0an burutua

IRUZKINAK

Sailak (Basquetourren bidez) sektorearekiko harremanerako eredu berri bat izango du, hurbilagoa eta konstanteagoa, lurraldeko aurrez aurreko bilerak eta beste tresna batzuk erabiliz. Basquetour enpresa eta erakundeentzako balio erantsi handiko marketin-zerbitzuen emaile gisa posizionatuko da, gehiago eta hobeto saltzen laguntzeko helburu nagusiarekin.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

2C. Enpresa gehiago erakartzea eta haien gogobetetasuna handitzea

EKIMENA:

11. Euskadiko Merkatuko Inteligentzia Sistema (EMIS) aktibatzea

DESKRIBAPENA:

Sailak (Basquetourren bidez) ahalegin handiak egin ditu merkatu-adimena emango duen behatoki bat izateko, Euskadiko Turismo Behatokiaren bitartez. Hala ere, benetako merkatu-inteligentziako sistema bat eduki ahal izateko, hainbat frontetan jardun behar da. Lehenik eta behin, premiak zorrotz identifikatu beharko dira, eta azterketa-esparruak ezarri. Sistemak informazioa iturri askotatik (kuantitatiboetatik eta kualitatiboetatik) lortzeko aukera eman beharko du, eta hura integratuko du, ondoren prozesatu eta aztertze eta, azkenik, adimen bihurtzeko. Behar diren baliabideak jarri beharko dira jasotako informazioaren balioa handitzeko, laburbiltzeko eta gomendio bihurtzeko, barne-erabilerarako eta sektoreak ere erabiltzeko. Merkatu-adimena aplikatzea lagungarria izango da erabakiak hartu eta marketin-estrategiak diseinatzeko.

EKINTZEN BALORAZIOA:

11.1 Analisi-esparruak eta iturriak identifikatzea, eta datuak modu automatizatuan biltzeko tresnak eta sistemak abian jartzea.

LEHENTASUNA

3

11.2 Antolaketa eta aurrekontua beharretara egokitzea (ikus ETGPren 6.3 puntua ekintza honen xehetasun gehiagorako)

2

11.3 Txostenen merkatukako kudeaketa bultzatzea, erabakiak hobeto hartzeko eta marketin-estrategiak hobeto diseinatzeko

2

BALORAZIOA

IRUZKINAK

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% Xn burutua

IRUZKINAK

Merkatuko Inteligentzia Sistema gai izango da sektoreari informazio erabilgarria emateko eta erabakiak hartzen laguntzeko. Euskadiko Turismo Behatokiak etengabe jarriko du informazioa sektorearen eskura, txosten laburtu eta bisualen bidez eta interfaze intuitibo eta erabilerraz baten bidez.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

3A. Euskal gizartearentzako baldintza hobek sortzea

EKIMENA:

12. "Turismoak euskal gizartearentzat dituen onurak" ekimena abian jartzea

DESKRIBAPENA:

Turismoa oso onuragarria da gizartearentzat, tokiko komunitateetan enplegua eta garapen ekonomikoa bultzatzeko duen gaitasunari esker. Turismoak, aberastasuna sortzeaz gain, funtsezko zerbitzuak (ura, saneamendua, telekomunikazioak eta garraioa) eta zerbitzu publikoak (osasuna eta hezkuntza) eskuratzeko aukera areagotzen du. Hala ere, behar bezala kudeatzen ez bada, herritarrek ez dute onura horien eragina ikusten beren egunerokotasunean, eta turismoa mehatxutzat har dezakete. Ekimenaren helburua izango da sortzen diren onura ekonomiko, sozial eta kulturalak berdintasunez partekatzea, bereziki haien ondorioz sortzen diren zuzeneko eta zeharkako enpleguen sorrera. Horretarako, politika turistikoak gizartearen bizi-maila handitzen eta haren beharrak asetzen laguntzeko moduan ezarriko dira. Gizarteari jakinarazi beharko zaio zein den turismo-ereduaren plangintza eta ikuspegia, ahal den neurrian, eta turismo-azpiegitura berrien garapenaren bidez Euskadin turismoa garatzeak ekarriko dituen onurez sentsibilizatu beharko da. Funtsezko elementua izango da gizarteak turismoarekin duen gogobetetasuna monitorizatzea, herritarren/bisitarien arteko bizikidetzaren eta trukea sustatzeko neurriak aurreikusteko.

EKINTZEN BALORAZIOA:

12.1 Turismoak euskal gizartearentzat efektu positiboa sortzeko mekanismoak abian jar daitezten sustatzea	LEHENTASUNA	3	BALORAZIOA	% 75ean burutua	IRUZKINAK	Dikcyk ekintzak pasatzen dizkit
12.2 - Sentsibilizazio-ekintzak bultzatzea		3		% 75ean burutua		Dikcyk ekintzak pasatzen dizkit
12.3 Herritarrek turismoarekin duten gogobetetze-maila neurtzeko mekanismoak ezartzea		3		% 75ean burutua		Lehendakaritzak sortua jada

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 75ean burutua

IRUZKINAK

Turismoari esker euskal gizartearentzat baldintza hobek sortzen lagunduko duten mekanismoak bultzatuko ditu Euskadik. Horretarako, herritarren ekarpen positiboa areagotzeko aukerak aztertuko dira, eta herritarrek sentsibilizatzeko proiektuak sustatuko dira, turismoarekiko gogobetetasun-maila handitzeko.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

3B. Merkataritza txikia eta kalitatezko artisauak indartzea

EKIMENA:

13. "Erosketak Euskadin" ekimena abiaraztea

DESKRIBAPENA:

Erosketa-turismoa gorantz doan segmentu bat da, eta bat dator Euskadik lortu nahi duen "bikaintasunaren" eta "espezializazioaren" posizionamenduari. Aldi berean, jarduera osagarri ezin hobea da "City break" eta "Ihesaldien" turismoaren kasuan. "Erosketak Euskadin" ekimenaren helburua Euskadi eta bertako hiri eta herriak sustatzea eta posizionatzea izango da, nazioko zein nazioarteko erosketa- eta artisautza-leku gisa. Merkatarien eta artisauen elkarrekin izango dira sustapen-plataforma bateratua sortzeko ernamuina. Eskulangintza izango da ekimenaren elementu nabarmenetako bat. Lan tradizionalen aniztasuna eta aberastasuna nabarmenduko dira, eta turistaren artean aitortu, ziurtatu eta sustatuko dira. Merkataritza-arloarekin koordinatuta, ekimena ideia- eta esperientzia-bankuen bidez garatzeko aukerak identifikatzeko mekanismoak ezarriko dira (Euskadi barruan zein kanpoan), eta proba pilotuak bultzatuko dira, probatzeko, doitzeko eta ondoren ezartzeko. Euskadik posizio nabarmena lortuko du erosketen helmuga gisa, turismoaren eta merkataritzaren arteko sinergiak maximizatuz.

EKINTZEN BALORAZIOA:

13.1 "Erosketak Euskadin" kontzeptua sortzea	LEHENTASUNA	0	BALORAZIOA		IRUZKINAK	
13.2 Euskal artisautzari balioa ematea		1				
13.3 Euskadi sustatzea, erosketa- eta artisautza-leku gisa		1				

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% **X**an burutua

IRUZKINAK

Ekimenaren helburua izango da Euskadi (hiriak eta herriak) erosketarako eta eskulangintzarako leku gisa sustatzea eta posizionatzea, tokiko enpresek turismoari esker beren diru-sarrerak handitu eta dibertsifikatu ditzaten.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

3C. Kalitatezko tokiko produktuen kontsumoa sustatzea.

EKIMENA:

14. "Made in Basque Country" ekimena aktibatzea

DESKRIBAPENA:

Euskadiko egungo garapen turistikoa ereduak zaildu egiten du aberastasun turistikoa tokiko komunitateetara transferitzea, eta ez ditu babesten euskal gizartearen adierazpen kulturalak. Diru-sarrera turistikoen efektu biderkatzailea aktibatzen eta zabaltzen duten tresnak behar dira, tokiko kulturaren aberastasunari eusten lagunduko dutenak. "Made in Basque Country" ekimenak tokiko enpresei lagunduko die beren diru-sarrerak handitzen eta dibertsifikatzen, eta, horrela, kalitatezko tokiko enpleguak sortuko dira turismo-sektorean, tokiko garapena hobetuz. Ondorioz, kalitatezko tokiko produktuen eta produktu tipikoen ekoizleek eta artistek, bai eta kulturarekin lotutako enpresek ere, gero eta onura handiagoa aterako diote turismo-jarduerari. Merkataritza arloarekin koordinatuta, mekanismoak ezarriko dira "Made in Basque Country" ekimena garatzeko aukerak identifikatzeko, ideia eta esperientzia arrakastatsuen bankuaren bidez (Euskadi barruan zein kanpoan). Proba pilotuak egitea bultzatuko da, haiek probatzeko, doitzeko eta, ondoren, ezartzeko. Ekimen honek Euskadiko kultura-ondare aberatsa eta kalitatezko tokiko produktuak zaintzea eta, batzuetan, berreskuratzea ere bultzatuko du. Are gehiago handituko da helmuga bikain bateko esperientzia turistikoa balioa eta berezitasuna.

EKINTZEN BALORAZIOA:

14.1 Zero kilometroko tokiko kalitatezko produktuaren ziurtapena sustatzea agintari eskudunen aldetik, sektore pribatuarekin lankidetzan	LEHENTASUNA	0	BALORAZIOA		IRUZKINAK	
14.2 Tokiko kultura, sustatzea turismo-industriaren eskaintzaren elementu bereizle gisa		3				
14.3 Turisten artean produktu tipiko eta kalitatezkoen kontsumoa sustatzea		2				

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% Xn burutua

IRUZKINAK

Ekimenaren helburua turistek eta sektoreak bertako produktuak eta kultura kontsumitzea izango da. Tokiko artistek eta kulturarekin lotutako enpresek gero eta onura handiagoa aterako diote turismo-jarduerari. Tokiko jaiak eta ekitaldiak sustatzeko lan handia egingo da, maila nazionalean zein nazioartekoan.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

3D. Mikroenpresa eta ETE turistikoen kopurua handitzea

EKIMENA:

15. "MiPymes+" ekimena abian jartzea

DESKRIBAPENA:

Helburua da tokiko komunitatearen esku jartzea turismo-negozioak sortzeko eta/edo hobetzeko beharrezkoak diren tresnak, tokiko inbertsioak erraztuz eta espiritu ekintzailea sustatuz eta babestuz Euskadiko turismo-eremuan. Ahalegin nagusia izango da turismo-sektoreko aukerak identifikatzea, katalogatzea eta zabaltzea ekintzaile potentzialen artean (bereziki, gazteen, emakumeen, luzaroko langabeen, emakumeen eta ikasleen artean), eta haiei laguntzea beren negozioa arrakastaz abiarazi dezaten edo sektoreko beste mikroenpresa eta ETE espezializatu batzuekin bat egin dezaten. Ekimenaren helburua da, halaber, ekintzaileak nazioko eta nazioarteko beste negozio batzuekin konektatzea, jardunbide hobeak izatea eta aliantza estrategikoak eta/edo enpresa bateratuak sortzea. Mikroenpresek, ETEek eta turismo-enpresa berriek osagai berritzaile garrantzitsua izango dute, eta turismo-zerbitzuak areagotzen eta dibertsifikatzen lagunduko dute, turismo jasangarriaren printzipioen arabera.

EKINTZEN BALORAZIOA:

15.1 Tokiko ekonomiarako inbertsioak erraztea	LEHENTASUNA	3	BALORAZIOA	Dickyri galdetu	IRUZKINAK	
15.2 Jarduera-ildo bat sortzea ekintzailetzari laguntzeko eta mikroenpresa eta ETE turistikoei lagun egiteko		3		Amaituta		Turismo-enpresen lehiakortasuna hobetzeko laguntzetan sartu da, 5. artikuluan. Diruz lagun daitezkeen ekintzak, a puntua: turismo-negoziaren eredu berria sortzeko ekintzak, haien ezaugarriak garatzen badira...
15.3 Lankidetzen sorrera sustatzea		0		Ez da egin.		

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% Xn burutua

IRUZKINAK

Ahaleginen jomuga ekintzaile izan daitezkeenek turismoaren sektorean dituzten aukerak ezagutzera ematea eta haiei laguntzea izango da, beren negozioa arrakastaz ezar dezaten edo sektoreko beste mikroenpresa eta ETE espezializatu batzuekin bat egin dezaten.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

4A. Baldintza hobek sortzea turistentzat

EKIMENA:

16. "Turismo Jasangarria" ekimena martxan jartzea turistentzat

DESKRIBAPENA:

Turismo Jasangarriaren ereduak baldintza on eta arrazoizkoen sustapena jartzen du erdigunean, mundu guztia (turistak, tokiko herritarrak, enpresariak...) turismo jasangarri baten eta eragile giltzarri baten (ingurumena, etorkizunean balioa sortzen jarraitzea ahalbideratuko duena) onuradun sentiarazteko. Euskadiko turistek Euskadiko turistaren Eskubide eta Betebeharren Gutuna ezagutuko dute, eta haren laguntzaile izango dira. Helmugan jasoko duten informazioa eta komunikazioa ere hobetuko dira. Horrela ziurtatuko da egonaldi egokia, aldi berean lurraldea, ingurunea eta gizartea errespetatzen dituen. Horrek guztiak, beste ekintza osagarri batzuekin batera, turistaren segurtasun-pertzepzioa hobetzen lagunduko du. Turistentzako "Turismo Jasangarria" ekimenak tresna berritzaileetan inbertituko du, Smart Dataren tekniken erabileran oinarrituta, turistaren gogobetetzea modu fidagarrian neurtzeko, eta, horrela, etorkizunean Customer Journey-ren puntu kritikoak hobeto kudeatzeko.

EKINTZEN BALORAZIOA:

16.1 Turistaren Eskubide eta Betebeharren Gutuna hedatzea Euskadin	LEHENTASUNA	3	BALORAZIOA	% 50ean egina	IRUZKINAK	Baloratu ea adierazle bakar bat, PEn agertzen dena, edo gehiago? Lana egiten ari da eta aurkeztea falta da. Turista arduratsuaren gida
16.2 Helmugan turistarekiko informazioa eta komunikazioa hobetzea. (Itourbask)		3		% 50ean egina		Liburuxkaren krisia. Informazio-prozesua berregituratzea
16.3 Ezarpen- eta jarraipen-prozesuan parte hartzen duten eragileei laguntza ematea (ikus ETGPko 6.3 puntua ekintza honen xehetasun gehiago izateko)		1		% 50ean egina		Kanpainetan egiten den eguneroko lana, etab.

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 50ean burutua

IRUZKINAK

Euskadiko turistek Euskadiko turistaren Eskubide eta Betebeharren Gutuna ezagutuko dute, eta haren laguntzaile izango dira. Gainera, turistaren segurtasun-pertzepzioa (fisikoa, psikologikoa eta komertziala) hobetzeko lan egingo da. Horrela ziurtatuko da egonaldi egokia, aldi berean lurraldea, ingurunea eta gizartea errespetatzen dituen.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

4B. Enpresentzako baldintza hobek sortzea eta kalitatezko enpleguaren sorrera sustatzea

EKIMENA:

17. "Turismo Jasangarria" ekimena martxan jartzea enpresentzat

DESKRIBAPENA:

Markak, ondare kolektibo gisa, lege bidez babestuko dira, turismoaren legean, turistaren (customer journey) bidaiari izandako jarduketan negatiboen ondorioz gertatzen daitezkeen irudi-galera larri saihesteko.

Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa egiteko ahaleginak egingo dira. Enpresak hitzarmenari atxiki ahal izango zaizkio, eta alderdi guztiek onartu beharko dute, jardunbide egokiak errespetatzearen alde eta inplikaturako kide guztien mesedetan.

Enpresaburuek Sailari hautemandako irregulartasunen berri eman ahal izateko prozesuak erraztuko dira, eta enpresa turistikoaren edo para-turistikoaren jardunbide txarrak behar bezala kudeatuko dira, horiek ugaritzea saihesteko eta lehia-baldintza onak bermatzeko. Ekimen honen barruan sartzen dira Turismo Jasangarriaren Indizea egitea, indize horrek barne hartuko dituen adierazleak aldizka monitorizatzea eta ondoren (urtero) emaitzak argitaratzea.

EKINTZEN BALORAZIOA:

17.1 Euskadiko Turismoaren Kode Etikoa sektorearekin adostea	3	% 50ean egina	Eginda dago, baina ez zaio sektoreari aurkeztu.
17.2 Kalitatezko enpleguaren sorrera sustatzea	2	% 75ean egina	Turismo-mahaira eraman zen, sindikatuak, turismoaren legearen agindua baitzen. Sindikatuak eta enpresaburuen elkarteekin harremanetan jartzea, sektoreko lan-baldintzak hobetzeko. Kontziliazioa sustatzeko ekintza berriak, besteak beste, aurrekontu berrietan. Hurrengo dekretua, hotel-kalifikazioari buruzkoa: ez da egongo azpikontratarik.
17.3 Turismo jasangarria monitorizatzea (TS indizea)	1	% 75ean egina	Egiten ari da. Dickyk bidaltzen dit. Neurtzen ari da

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 66,66an burutua

IRUZKINAK

Enpresentzako turismo jasangarria ekimenaren bidez, enpresentzako kode etiko baten hedapena bultzatuko da. Mekanismoak ezarriko dira enpresa turistikoaren edo para-turistikoaren jardunbide txarrak behar bezala kudea daitezkeen eta, horrela, ugaltu ez daitezkeen eta lehia-baldintza onak bermatzen daitezkeen.

Ekimen honen barruan sartzen da, halaber, Turismo Jasangarriaren Indizea egitea eta horren emaitzak argitaratzea.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

4C. Turismo-industriaren aztarna ekologikoa murriztea

EKIMENA:

18. Sektorea aztarna ekologikoaren murrizketari buruz informatzea eta sentsibilizatzea

DESKRIBAPENA:

Turismoarekin lotutako jarduera gehienek energia behar dute, zuzenean lortutakoa, erregai fosilen bidez edo, zeharka, elektrizitate bidez, sarritan petroliotik, ikatzetik edo gasetik sortutakoa. Kontsumo horren ondorioz berotegi-efektuko gasak sortzen dira, batez ere CO2.
 Turismoaren Mundu Erakundearen kalkuluen arabera, turismoak munduko CO2 isurketen % 5 eragiten du gutxienez.
 Ekimen honek neurri eta ekintza zehatzen betearazpena bultzatzen du, Euskadiko turismo-industriara bideratuta, eta haien helburua izango da sortutako karbono-aztarna murriztea eta emisioak murrizteko jardunbide egokiak hartzea, energia-ziurtapenaren bidez. Hori izan behar da helmugari posizionatzen lagunduko dion alderdietako bat, bikaintasuneko helmuga gisa, horretan turistek ingurumenaren zaintza oso aintzat hartzen baitute.

EKINTZEN BALORAZIOA:

18.1 Industria informatzea eta sentsibilizatzea ingurumen-jasangarritasunaren garrantziaz	LEHENTASUNA	2	BALORAZIOA	Ez da egin.	IRUZKINAK	
18.2 Aztarna ekologikoa murrizten saiatzea		0		Amaituta		Azaroan egindako sentsibilizazio-jardunaldia, eta EEerekin eta lhoberekin hitzarmena sinatzea
18.3.- Ingurumenaren kudeaketarako sistemak ezartzea.		3		Amaituta		Europako etiketa ekologikoa (29 ziurtatuta eta 6 prozesuan) eta energia-eraginkortasun handiena duen autonomia-erkidego gisa posizionatzea (52 iatetxe-enpresa) eta 35 ostatu-enpresa

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 66,66an burutua

IRUZKINAK

Ziurtapen energetikoaren bidez eta emisioak murrizteko eta ingurumen-kudeaketa hobetzeko jardunbide egokien bidez, Euskadi bikaintasun-helmuga bihurtuko da, eta turistek oso ondo baloratuko dute ingurumena zaintzea.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

5A. Giza kapital lehiakorragoa izatea

EKIMENA:

19. Turismoari buruzko prestakuntza-ekimen bat abian jartzea

DESKRIBAPENA:

Lehiakortasuna nabarmen hobetzeko, euskal turismo-sektoreak produktibitatea, berrikuntza eta kalitatea hobetzeko prozesuak gidatzeko beharrezkoak diren ezagutza, gaitasun eta trebetasunak dituzten profesionalak behar ditu, zerbitzu bikain eta espezializatuekin helmuga bat sortze aldera. Halaber, Euskadik langile-base bat behar du, aurreikusitako kalitate-hobekuntzarako prozesuak gauzatu ahal izateko behar diren trebetasunak, gaitasuna eta prestakuntza dituenena. Este proceso contribuir.

Ekimen honek gaur egungo prestakuntza-esparrua eguneratzeko eta zabaltzeko helburua duten hainbat ekintza abian jartzea sustatzen du, Euskal Turismoaren 2030 Estrategiarekin bat egiteko eta Euskadiko turismo-industriak dituen premietara egokitzeko.

Prozesu horretan, teknologia berrien erabilera eta prestakuntzaren berrikuntza sustatuko dira, bai eta sektore publikoan eta pribatuan funtsezkoak diren eragileen arteko lankidetzaren ere, prestakuntza-eskaintza egokia garatzeko.

EKINTZEN BALORAZIOA:

19.1 Turismoaren arloko prestakuntza-beharren diagnostikoa (arautu gabea) eguneratzea	LEHENTASUNA	1	BALORAZIOA	% 50ean egina	IRUZKINAK	Diagnostikoa aurreko legegintzaldiaren amaieran egin zen. Proiektua geldiarazita dago
19.2 Lineako ikaskuntza-plataformen erabilera bultzatzea		0		Ez da egin		Baloratu ea adierazle bakar bat, PEn agertzen dena, edo gehiago?
19.3 Erakunde eskudunekin eta industriarekin lankidetzan aritzea, turismoaren arloko prestakuntza-eskaintza erakargarri eta erreala garatzeko, balioa emango duena.		2		Amaituta		Hitzarmena turismoko estatu-idazkaritzarekin, anfitrioiaren programa bultzatzeko, eta hitzarmena Arabako Errioxako ardoaren ibilbidearekin, Arabako Errioxako neguko campusa bultzatzeko. Hitzarmena Deustuko Unibertsitatearekin, azken mailako ikasleen praktiketarako
19.4. Teknikarien trebakuntza hobetzeko prestakuntza-planak abian jartzea.		2		Amaituta		20 prestakuntza-modulu abiarazi dira, online, sektore osoarentzat. 2010erako curriculum-berrikuspena egingo da. 10 agintarientzat eta 10 bezeroarekin harreman zuzena duten langileentzat

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 62,5ean burutua

IRUZKINAK

Lehiakortasuna nabarmen hobetzeko, euskal turismo-sektoreak profesionalak beharko ditu, produktibitatea, berrikuntza eta kalitatea hobetzeko prozesuak gauzatzeko behar diren konpetentziak eta gaitasunak dituztenak, zerbitzu bikain eta espezializatuak eskaintzen dituen helmuga bat sortze aldera. Gainera, prestakuntza-programak sortzea sustatuko da, sektore publikorako zein pribaturako.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

5B. Lege- eta arau-esparrua garatzea

EKIMENA:

20. Lege- eta arau-esparrua bultzatzea

DESKRIBAPENA:

Eragile ugari dagozkien arau eta prozeduren aplikazioan koordinazioa bultzatzea. Turismo Legea hedatzeak eta esparru juridikoa, arau-esparrua eta administrazio-prozedurak sinplifikatzeak nabarmen lagunduko du turismoaren lehiakortasun-diamantea hobetzen, eta horrek, beste eragile batzuen artean, eragin positiboa izango du nazioko eta nazioarteko bazkideen eta inbertitzaileen inbertsioan, berrikuntzan eta erakarpenean. Eragile interesdunek zuzenean eta erraz eskuratu ahal izango dute informazio hori guztia, online gordailu eguneratu baten bidez.

EKINTZEN BALORAZIOA:

20.1 Turismoaren Legea hedatzea	LEHENTASUNA	3	BALORAZIOA	Hasita	IRUZKINAK	"4: 2, 2018ko aurrekontuetan jasota: D AAVV + REATE D. gainera 101/2018 D. eta + D MT "
20.2. Lege-esparrua sinplifikatzea		0				Baloratu ea adierazle bakar bat, PEn agertzen dena, edo gehiago?
20.3. Lege-gaietarako online gordailu bat bultzatzea		2		Ez da egin.		Ordenatzeko prozedura kopuruaren murrizketa adierazle gisa eraginkor bihurtzea baloratu

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 0an burutua

IRUZKINAK

Turismoaren Legea hedatzea eta lege-esparrua sinplifikatzea lagungarri izango dira lehiakortasun-diamantea nabarmen hobetzeko.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

5C. Berrikuntza zabaltzea, sektorea modernizatzea eta digitalizatzea

EKIMENA:

21. Berrikuntza teknologikoa eta digitalizazioa aktibatzea

DESKRIBAPENA:

Euskal turismo-industriak hainbat prozesu teknologiko ditu eskura, bereziki banaketa, salmentak eta eragiketak kudeatzeko. Azken urteotan, esperientziari, salmenta-sistemei eta abarri lotutako elementu berritzaileak orokortu dira, kostu txikiagoan balio handiagoa sortzera bideratuak. Euskadi nabarmentzen da industria- eta teknologia-motor gisa duen posizionamenduagatik, eta horrek turismoari lehiakortasuna aktibatzeke baliatu behar du, bikaintasunezko helmuga espezializatu gisa posizionatzen laguntzeko. Sailak sektoreen arteko transferentzia teknologikoa sustatuko du, etengabe bultzatuz teknologia berriak hartzea, berrikuntza eta digitalizazioa, prestakuntza-programen bidez, finantza-laguntzaren bidez eta aurrerapen teknologikoak eta berrikuntza lehiakorrek ekar ditzaketen enprekin aliantzak eta elkarketak sustatuz.

EKINTZEN BALORAZIOA:

21.1 Berrikuntzak eta teknologia berriak identifikatzea	LEHENTASUNA	3	BALORAZIOA	Amaituta	IRUZKINAK	Bi pilotu gauzatu dira: turismo-helmuga turistiko adimentsua (Donostia). Smart tour (Bilbo)
21.2 Ezagutza estrategikoaren sorrera eta haren transferentzia produkzio-sistemara bultzatzea		0		Ez da egin.		
21.3 Turismoaren sektorea modernizatzen eta digitalizatzen laguntzea		3		Amaituta		Smart business programa (IKTen erabilera ona). 181 enpresak parte hartu dute. Barnetegi teknologikoak: 6 egin dira, bakoitza 15 enpresarekin.

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 66,66an burutua

IRUZKINAK

Sailak sektoreen arteko transferentzia teknologikoa sustatuko du, etengabe bultzatuz teknologia berriak hartzea eta digitalizazioa, exekutiboan hezkuntzako programen bidez, finantza-laguntzaren bidez eta aurrerapen teknologikoak eta berrikuntza lehiakorrek ekar ditzaketen enprekin aliantzak eta elkarketak sustatuz.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

5D. Inbertitzaileentzako balio-proposamen erakargarria sortzea

EKIMENA:

22. Balioa sortzeko eta inbertsioak erakartzeko ekimen bat abiaraztea

DESKRIBAPENA:

Sailak, SPRIk eta beste erakunde publiko batzuek lankidetzan eta modu koordinatuan jardungo dute inbertitzaileen bilaketa ordenatu eta iraunkorrean, turismo-proiektu berrietarako eta berrinbertsioetarako, dagoen eskaintza modernizatzeko (ostatua, jatetxeak, turismo-merkataritza, esperientzia-kudeatzaileak, etab.), eta, batez ere, Planaren helburuekin lerrokatutako proiektu estrategikoak egiteko. Euskadik kapital nazionala erakarriko du, berrinbertsiorako pizgarriak eta laguntzak modu kontrolatuan erabiliz. Aldi berean, Euskadik turismo- eta hotel-inbertsioko nazioarteko foroetan parte hartzea bultzatuko da, ikusgarritasuna irabazteko. Ekimenaren arrakastak aukera emango du oparotasun jasagarria ziurtatzeko eta bikaintasunaren eta espezializazioaren posizionamendua sustatzeko.

EKINTZEN BALORAZIOA:

22.1 Lankidetzan-esparru bat sortzea SPRIekin eta/edo inbertsio turistikorako beste erakunde publiko batzuekin	2	% 50ean egina	Hitzarmenak egiten ari dira beste sail batzuekin: EEE, besteak beste. Zeharkako batzordeetan ari dira. Bidaltzen dizkit
22.2 Inbertitzaileen eta eragile potentzialen inbentarioa egiteari ekitea	0	Ez da egin.	Basquetour-en MICE plana? Eiderrek ezetz dio
22.3 Euskadiren parte-hartzea sustatzea turismoko eta hoteletako inbertsioen nazioarteko foroetan	1	Hasita	Basquetour-en MICE plana? Eiderrek ezetz dio

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 25ean burutua

IRUZKINAK

Sailak SPRIekin lankidetzan-esparru bat sortzea bultzatuko du. Sailak eta SPRIk lankidetzan eta modu koordinatuan jardungo dute inbertitzaileen bilaketa ordenatu eta iraunkorrean, turismo-proiektu berrietarako eta berrinbertsioetarako, dagoen eskaintza modernizatzeko (ostatua, jatetxeak, turismo-merkataritza, esperientzia-kudeatzaileak, etab.), eta, batez ere, Planaren helburuekin lerrokatutako proiektu estrategikoak egiteko. Horretarako, turismo-lizentziak sinplifikatzea baloratuko da, Euskadi turismo-inbertsiorako helmuga erakargarri eta "lagunkoi" bihurtuz.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

6A. Lurraldeko turismo-plangintzaren esparrua aktibatzea

EKIMENA:

23. Sailean "Lurraldean Turismoa Kudeatzeko Sailarteko Taldea" (LTKST) izendatzea

DESKRIBAPENA:

Euskal turismoaren hazkundera eta garapena ez dira modu ordenatuan eta holistikoan landu azken urteotan. Lurraldea hobeto planifikatzeko, Lurraldean Turismoa Kudeatzeko Sailarteko Talde bat (LTKST) izendatuko da, Sailaren tutoretzapean. Talde horren manamendua Euskadiko Turismoko Lurralde Plan Sektoriala egitea izango da. Planaren abiapuntua turismoa hazteko eredu bat egitea izango da. Eredu horrek bere baitan hartuko ditu turisten kopurua, kalitatea eta haien banaketa euskal lurraldean. Hazkunde-eredu bat garatu ondoren, turismo-garapeneko eredu batekin batera, Euskadi eta bertako udalerrri turistikoak TLPSrako oinarrizko esparru baten onuradun izango dira, hurrengo urteetan jarraitu beharreko norabidea markatuko duena.

EKINTZEN BALORAZIOA:

23.1 Lurraldean Turismoa Kudeatzeko Sailarteko Taldea (LTKST) aktibatzea	LEHENTASUNA	0	BALORAZIOA	Hasita	IRUZKINAK	"Lorpenak" zehaztea
23.2 Hazkunde-aurreikuspenak eta -ereduak egitea		0		% 50ean egina		Sailaren estatistika-organoaren sorrera, 2018ko ekainaren 20ko gobernu-kontseiluan onartua, gobernu-konpromisoa baitzen.
23.3 2030erako Lurralde Eredu Turistikoa egitea		0		Hasita		Aurretiazko elkarrizketak

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 33,33an burutua

IRUZKINAK

Lurraldeko Turismoa Kudeatzeko Sailarteko Taldea (EIGTT) izendatuko da sailean, hazkunde sendo eta jasangarriko eredu estrategiko bat defini dezan, besteak beste turisten kopurua, kalitatea eta lurraldeko banaketa kontuan hartuko dituen. Euskadi eta helmuga nagusietako udalerrriak sektorerako norabide komuna markatuko duen plan baten onuradun izango dira, inbertitzaileen interesa indartu eta enpresa-estrategia jasangarrien alde egingo duena.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

6B. Lurralde turistikoaren plangintza aurreratua egitea

EKIMENA:

24. Turismoko Lurralde Plan Sektoriala (LPS) aktibatzea

DESKRIBAPENA:

Turismoko Lurralde Plan Sektoriala Euskadi osorako garatuko da, eta esparru zehatz bat ezarriko du garapen turistikorako eta eremu turistikoak edo lehentasunezko garapeneakoak sortzeak duen baliorako.

Turismoko Lurralde Plan Sektorial orokorrak alderdi garrantzitsuak eskainiko ditu garapen osasungarria lortzeko, eta, aldi berean, konpondu beharreko funtsezko gabeziak identifikatuko dira.

Plangintza-eremu txikiagoetarako Lurralde Plan Sektorialak sortzeko modua gomendatuko da. Horiek, besteak beste, turismo-lurraldea identifikatu eta turismo-arlo bakoitzaren erabilera ezarriko dute (hotelak, turismo-zentroak, egoitza-zentroak, turismo-ekipamendua, turismo-merkataritza, etab.).

EKINTZEN BALORAZIOA:

24.1 Turismoko Lurralde Plan Sektoriala hastea	LEHENTASUNA	3	BALORAZIOA	Hasita	IRUZKINAK	"Zehaztea" "lorpenak" "Ezeztatzea birplanteatzea"
24.2 Hirigintza-esparrua (legezkoa eta arautzailea) berrikustea		0		Amaituta		Ezeztatzea birplanteatzea. Erabilera turistikorako etxebizitzetzi buruzko Dekretua, uztailaren 3koa. 101/2018 Dekretua, onartua
24.3 Lurzorua kudeatzeko mekanismoak ezartzea		0		Amaituta		Ezeztatzea birplanteatzea. Baita aurrekoan ere

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 75ean burutua

IRUZKINAK

Turismoko Lurralde Plan Sektoriala Euskadin garatuko da, garapen turistikorako esparru zehatz bat ezarriko du, eta eremu turistikoak edo lehentasunezko garapenerako eremuak sortzea ahalbidetuko du.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

6C. Planaren inplementazio ona erraztea

EKIMENA:

25. Planaren inplementazio onerako laguntzak ematea

DESKRIBAPENA:

Turismoko Lurralde Plan Sektorialak euskal sektore turistikoaren zeharkakotasuna aitortuko du, azpiegiturak hobetzea ahalbidetuz, Turismo Jasangarriaren printzipioekin lerrokatutako garapen turistikoa sustatuz eta ikuspegiarekin lerrokatutako garapenari lagunduz. Turismoko Lurralde Plan Sektoriala ezartzeko prozesuan duen lidergo-eginkizunari dagokionez, Sailak laguntza teknikoko mekanismoak eta beharrezko baliabideak eskuratzeko aukera emango die eskualdeko eta tokiko erakundeei, plana abian jartzeko laguntzen bidez. Horrela, talde teknikoek behar diren ezagutzak eskuratu ahal izango dituzte, eta esperientzia egokia eskuratu ahal izango dute PTSTa beren esparruan modu egokian kontuan hartzeko eta ezarpen-prozesuan arrakasta izaten laguntzeko.

EKINTZEN BALORAZIOA:

25.1 Inplementazioan laguntzeko mekanismoak definitzea	LEHENTASUNA	0	BALORAZIOA	Amaituta	IRUZKINAK	"HMH laguntzak. Ezeztatzea birplanteatzea"
25.2 Inplementaziorako baliabideen edukiak prestatzea		0		Amaituta		MET eta EMET laguntzak. Ezeztatzea birplanteatzea
25.3 Laguntzen kudeaketa (ikus ETGParen 6.3 puntua ekintza honen xehetasun gehiagorako)		3		Amaituta		Saileko lana, Alium eta abar. Ezeztatzea birplanteatzea

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 100ean burutua

IRUZKINAK

Turismoko Lurralde Plan Sektoriala ezartzeko prozesuan duen lidergo-eginkizunari dagokionez, Sailak laguntza teknikoko mekanismoak eta beharrezko baliabideak eskuratzeko laguntzak emango dizkie eskualdeko eta tokiko erakundeei, plana abian jartzeko.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

7A. Gobernantza modernoko sistema on bat ezartzea

EKIMENA:

26. Gobernantza-sistema berri bat ezartzea

DESKRIBAPENA:

2017-2020ko Euskadiko Turismoaren Gida Plana ezartzea prozesu konplexua da, eta lidergo sendoa eta ahalegin handiak eskatzen ditu. Bazkide guztien arteko lankidetzak, bai sektore publikokoa (Turismoaren Sailarteko Batzordearen bidez), bai pribatukoa (Turismorako Euskal Aliantzaren bidez), funtsezkoa izango da planak espero dituen emaitzak lortzeko. Lankidetzak-eredu hori lagungarria izango da Euskadik gobernantza-sistema askoz efizienteagoa artikulatuz, Plana modu azkar eta eraginkorren ezartzen laguntzeko, kanpoko aldaketak gorabehera. Funtsezko bazkideen artean adostasun handiagoa egongo da turismoa garatzeko helburuei eta estrategiei buruz, eta euskarri estrategiko handia emango dute, ikuspegia modu partekatuan ulertzeari esker. Erabakiek (teknikoak nahiz operatiboak) sektorearen onarpen zabala izango dute. CITi buruzko xehetasun gehiago ETGPko 6.2 puntuan aurki daiteke.

EKINTZEN BALORAZIOA:

26.1 Eragile publikoak eta pribatuak turismoaren kudeaketan inplikatzeko	LEHENTASUNA	3	BALORAZIOA	Amaituta	IRUZKINAK	Turismo-mahaiaren dekretu berria, 2018ko azaroan onartua. "Lortutako lorpenak" zehaztea
26.2 Turismoaren Urteko Foroa antolatzea		0		Amaituta		4 egin dira: industria-turismoaren argazkia, turismo ekologikoa, aireko konektibitate turistikoaren argazkia, omt foroa (han ainfitroiak izan ginen), baloratu ea adierazle bakar bat, PEn agertzen dena, edo gehiago?
26.3 Helmugaren konektibitatearen hobekuntza sustatzea, erakundeen arteko lankidetzaren bidez		3		Amaituta		Routes foroa, Eusko Jaurlaritzaren, aldundien eta udalen garraioekin lankidetzan. Eta Euskadiko aireportuak sustatzeko 3 sozietateak

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 100ean burutua

IRUZKINAK

Euskadik gobernantza-sistema askoz efizienteagoa artikulatuko du (erabaki hobeak hartzeko, adostasun hobe sortzeko eta lidergo hobe baten pean), plana modu azkar eta eraginkorren ezartzen lagunduko duena, kanpoko aldaketak gorabehera.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

7B. Sailaren antolaketa egokitzea estrategiaren arabera

EKIMENA:

27. Sailaren antolaketa berria abian jartzea

DESKRIBAPENA:

Euskal Turismoaren Gida Plana gauzatzen laguntzeko, Sailak estrategiarekin lerrokatu behar du bere egitura. Saileko langileen konpromiso sendoa behar da, baita proiektu bakoitza osatzeko behar den denbora emateko borondatea ere. Halaber, erabateko parte-hartzea behar da Estrategiaren eta ekimen eta ekintza guztien ulermena eta konpromisoa bermatzeko. Horretarako, Sailaren turismo-arloaren antolaketa-egitura bat hedatuko da, strategiaren 7 ardatz estrategikoei behar bezala erantzuteko funtzioak eta erantzukizunak izango dituen. Gainera, hezkuntza- eta entrenamendu-plan bat bultzatuko da, taldeko pertsonen implementazioa gidatzeko beharrezkoak diren trebetasunak, gaitasunak eta ezagutzak dituztela bermatzeko.

EKINTZEN BALORAZIOA:

27.1 Antolaketa-eskema berri bat ezartzea (Saila, Basquetour, Itourbask...)	2	% 75ean egina	Eginda eta onartzeke dago. "Lorpenak" zehaztu.
27.2 Prestakuntza-plan bat bultzatzea	2	% 50ean egina	EEIren prestakuntza-ikastaroak, ikastaro propioak, etab. Nereari galdetuko diot.
27.3 Sailerako egokiak diren baliabideak lor daitezzen bultzatzea (ikus ETGParen 6.3 puntua ekintza hau zehatzago azaltzeko)	2	% 75ean egina	Aurrekontu-negoiazioak. Sailerako baliabideen % 5era igo gara 2018an

EKIMENAREN GAUZATZE-MAILAREN EBALUAZIOA

% 66,66an burutua

IRUZKINAK

Euskal Turismoaren Gida Plana gauzatzen laguntzeko, Sailak strategiarekin lerrokatuko ditu bere egitura eta mendeko erakunde guztiak (eskumen-esparruaren arabera), eta kanpoko bazkideei (sailak, erakunde publikoak, sektore pribatua, etab.) lagunduko die, eginkizun jakin batzuk bete ditzaten.

HELBURU ESTRATEGIKOA:

7C. Kudeaketa- eta monitorizazio-esparru eraginkorra hedatzea

EKIMENA:

28. Turismoa monitorizatzeko eta kudeatzeko sistema berri bat abiaraztea

DESKRIBAPENA:

Sailak norabide argiarekin eta koordinazio-maila handiarekin helduko die turismo-industriak aurrez aurre dituen erronkei. Estrategia eta plana gauzatzeko prozesua behar bezala kudeatzeko, estrategia kudeatzeko talde espezifiko bat izendatuko da. Talde horrek strategiaren eta planaren betetze-maila monitorizatuko du, aginte-taula integralaren bidez. Administrazio publikoek planak ezartzeko duten gaitasunaren inguruan sektore pribatuko bazkideen artean dagoen eszeptizismo handia dela eta, (ikus ETGParen 6.3 puntua ekintza honen xehetasun gehiagorako) beharrezkoa izango da sektoreko kideen artean adostasuna sortzea eta administrazioetik lidergo sendo argia erakustea. Zeregin espezifikoak egiteko, lantalde espezializatuak eratuko dira.

Sektorearen errendimenduari buruzko egiazko informazioa izateko eta informazio hori sektorearekin partekatzeko, Euskal Turismoaren Behatokia bultzatuko da.

**EKINTZEN
BALORAZIOA:**

28.1 Estrategiaren BSCa eta haren jarraipena eta monitorizazioa ezartzea, Sailak izendatutako talde baten bidez

0

% 75ean egina

"Lorpenak" zehaztea

28.2 Euskadiko Turismoaren Behatokia turismoaren adimen lehiakorreko sistema baten eskakizunetara egokitzea

3

Amaituta

Euskadiko estatistika- eta turismo-organoa

LEHENTASUNA

BALORAZIOA

IRUZKINAK

**EKIMENAREN GAUZATZE-
MAILAREN EBALUAZIOA**

% 58,33an burutua

IRUZKINAK

Sailak eta Basquetourrek norabide argiarekin eta koordinazio-maila handiarekin helduko diete turismo-industriak aurrez aurre dituen erronkei. Horretarako, estrategia kudeatzeko eta jarraipena egiteko talde berezi bat izendatuko da, eta strategiaren jarraipena eta monitorizazioa egiteko mekanismoak ezarriko dira, Aginte Taula Integralaren (BSC) printzipioei jarraikiz.



ONDORIOAK

2018ko tarteko ebaluazioa
