

Resumen del

Plan Estratégico de Turismo de Debabarrena 2020





Índice

1. ¿Qué se pretende con el Plan Estratégico?
2. Objetivos
3. Análisis y diagnóstico de la situación interna y externo
4. Factores internos: diferentes realidades
5. Debarrena en 2020 desde el punto de vista turístico
6. Programa estratégico

1. ¿QUÉ SE PRETENDE CON EL PLAN ESTRATÉGICO?

Superado el periodo del último Plan de Dinamización Turística, se considera necesario un nuevo enfoque en la herramienta de planificación, por lo que se opta por la figura del Plan Estratégico de Turismo, por entender que engloba una perspectiva de carácter más transversal.

El Plan Estratégico de Turismo es el instrumento que permite diseñar el futuro turístico de la comarca de Debabarrena y contar con las herramientas necesarias para construirlo y gestionarlo de manera sostenible. El presente proyecto supone además, ir más allá de la mera actualización de la estrategia, con un análisis que ha tenido en cuenta:

1º El recorrido turístico de la comarca, los avances experimentados, identificando las desviaciones y definiendo en lo posible medidas correctoras.

2º La experiencia desarrollada como aprendizaje.

3º La consolidación de los puntos fuertes, palancas y proyectos tractores, para poder adelantarnos a las debilidades que el modelo turístico presenta.

4º Identificar nuevas oportunidades.

5º Plantear nuevos retos de futuro.

6º Definición y priorización de las actuaciones necesarias, agentes implicados y escenario de financiación.

2. OBJETIVOS

- **Orientar el proceso de impulso, articulación de la oferta y desarrollo del turismo de Debabarrena**, que marque una pauta de trabajo en la comarca tratando de contrarrestar las debilidades detectadas, seguir potenciando las fortalezas y aprovechar las posibilidades que ofrecen los recursos, productos, experiencias y servicios turísticos comarcales.
- **Hacer partícipes al mayor número posible de agentes implicados, directa o indirectamente en la actividad turística:** responsables políticos municipales, agentes integrantes de la Mesa de Turismo, responsables de las asociaciones, empresarios turísticos, técnicos de las oficinas de turismo, ADR Debemen, Geogarapen y otros agentes que se consideren de interés.
- Elaborar un plan turístico **consensuado a nivel comarcal** y en línea con los planteamientos turísticos marcados por las herramientas de planificación: PET del Turismo Vasco 2020, PMK turístico 2014-2017, los planes de producto y la Estrategia Turística de la Diputación Foral de Gipuzkoa.
- Avanzar en la consideración de **Debabarrena como un destino turístico, con identidad propia**, planificando las actuaciones a realizar en materia turística de manera **coordinada entre el sector público y el sector privado** para conseguir un crecimiento **sostenible de la actividad**, creando una oferta de calidad, diversa y atractiva en coherencia **con su característica de destino multiproducto y con el posicionamiento turístico deseado y adecuado al valor de sus recursos y apuesta realizada por parte de todos los componentes de la cadena de valor directa e indirectamente implicados.**

3. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN INTERNA Y EXTERNA

✚ El proceso llevado a cabo para el diagnóstico ha sido el siguiente:

1º Dos encuentros de carácter cualitativo; uno con el sector público y otro con agentes privados. Encuentros grupales con metodología participativa y el objetivo de recoger una opinión cualitativa sobre diferentes cuestiones turísticas de la comarca y posterior puesta en común.

2º Entrevistas personalizadas con los representantes municipales (8 Ayuntamientos), Debemen y Geoparque de la Costa Vasca.

3º Refuerzo de los encuentros con cuestionarios on line, mediante preguntas referentes al ámbito municipal

4º Análisis del contexto turístico de Euskadi.

5º Análisis y diagnóstico de los componentes del sistema turístico de la comarca de Debabarrena.

6º Reuniones del equipo de trabajo.

7º Un último encuentro cualitativo conjunto del sector público y privado: Presentación de Estrategia y priorización de acciones.

➤ ENCUENTRO CON AGENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS

Se han mantenido diferentes encuentros a lo largo del proceso:

- **Encuentros con agentes públicos:**

En este primer encuentro el objetivo era recoger una **opinión cualitativa** sobre diferentes cuestiones relacionadas con la evolución experimentada por el destino en este campo, los retos de futuro, etc.

- **Asistencia:**

- Representantes del área de turismo (alcaldes o concejales) de los ocho Ayuntamientos de la comarca.
- Representante de la ADR Debemen.
- Representante del Geoparque.

○ **Encuentro con agentes privados:**

Asistiendo representantes de la oferta alojativa y restauración.

○ **Entrevistas personales y en profundidad:**

El encuentro con el sector público ha sido reforzado con entrevistas personales con representantes del área de turismo de los diferentes ayuntamientos:

- Ayuntamiento de Eibar.
- Ayuntamiento de Deba.
- Ayuntamientos de Ermua y Mallabia en encuentro conjunto.
- Ayuntamiento de Elgoibar.
- Ayuntamiento de Mutriku.
- Ayuntamiento de Mendaro.
- Ayuntamiento de Soraluze.
- ADR Debemen.
- Geoparque.UNESCO de la Costa Vasca

- El objetivo ha sido conocer con mayor profundidad su opinión sobre diferentes aspectos en materia turística que afectan tanto al conjunto de la comarca como a su municipio o ámbito de gestión.

- ✚ De manera sintética analizamos aquellos factores que consideramos intervienen en la actividad de un destino turístico en su conjunto e influyen de manera directa en su posicionamiento competitivo en el mercado turístico:



Vamos a ahondar en especial en la valoración de la situación de partida de la comarca; esto es, los **factores internos** que hacen imprescindible el desarrollo y puesta en acción de las líneas de acción del Plan Estratégico de Debabarrena Turismo 2020:

4. FACTORES INTERNOS: DIFERENTES REALIDADES

En la comarca de Debabarrena conviven diferentes realidades que deben formularse como diversidad del territorio, paisaje, aspecto humano, socioeconómico, etc. y, por tanto, de su identidad como destino turístico.

En este sentido, es necesario contemplar el ámbito marítimo pesquero, rural, urbano, industrial... con sus singularidades y especificidades, como la pertenencia a los territorios de Gipuzkoa y Bizkaia.

Estas realidades son las que conviven y se complementan y son las que deben ser contempladas en el modelo turístico comarcal.

Se presenta como un destino multiproducto en el que se conjuga una variedad importante de recursos y productos turísticos en el segmento de Turismo de Naturaleza, Turismo Industrial y Turismo Cultural.

El hecho de que dos de sus municipios pertenezcan al Geoparque de la Costa Vasca le confiere características especiales en relación a otros destinos y dentro del panorama turístico de Euskadi, gracias al interés que suscita no sólo desde el punto de vista turístico si no científico, educativo y cultural.

4. ¿CÓMO QUEREMOS QUE SEA DEBABARRENA EN 2020 DESDE EL PUNTO DE VISTA TURÍSTICO?

✚ **El Modelo Turístico al que aspira la Comarca es el que conforman una serie de elementos sustanciales, no sólo turísticos, que lo caracterizan:**

- Un **escenario preparado para el consumo turístico**, donde ha logrado el desarrollo de los proyectos estratégicos (Deba, Arno, Sasiola, Cultura del Mar, Prehistoria, Poblado de Moru, Parque Fluvial Río Deba...) de manera sostenible ambiental y económicamente viables.
- Ha creado **una atractiva oferta multiproducto** de calidad combinando sus características socioeconómicas, culturales y medioambientales con **varios enfoques argumentales** dentro de la tipología de **turismo de ocio (interior y costa) y turismo profesional**.
- Un **sector turístico profesional** y comprometido en la gestión turística, con importante desarrollo del tejido asociativo.
- Los **representantes públicos** a escala local y comarcal son **conscientes de la importancia del turismo** y actúan en consecuencia.
- La **población cuenta con una actitud abierta para acoger al visitante**, ya que entiende el turismo como una actividad económica que colabora además en la preservación del patrimonio cultural y natural.
- Ha llevado acabo un **importante impulso en las políticas de transporte y movilidad sostenible**.
- Cuenta con una **estructuración de recursos, movilidad y oferta** que **no genera masificación**, apostando por volúmenes controlados y ofertando valor añadido en todos los servicios.
- Se ha **superado la visión del turismo asociada únicamente a la costa**, interiorizando que existen algunos municipios turísticos y recursos que traccionan y que al mismo tiempo hay **otra serie de recursos en otros municipios de la comarca que complementan la oferta y dan valor añadido al conjunto**, abriendo nuevos escenarios y motivaciones de visita, contrarrestando la estacionalidad.
- Se complementan e integran **diferentes realidades paisajísticas y culturales**: costa e interior, rural, natural, urbano, industrial...
- Se visualiza un **sistema productivo horizontal en la cadena de valor turístico**, sustituyendo al modelo vertical, en donde se integran servicios complementarios que den valor añadido al sumatorio de todos, definiendo productos integrales.

- Es una **comarca** que impulsa el **emprendimiento**, la **creatividad y la innovación**, para formar, **atraer y retener el talento**, aprovechando su pasado y presente industrial y de negocios.
- La **economía de los servicios, la calidad y del conocimiento** son pieza clave, cuentan con **identidad propia** y están orientados a la demanda.
- **Las conexiones viarias** le permiten una correcta proyección y conexión exterior.
- Su **ubicación estratégica** le permite captar flujos de polos turísticos emisores cercanos (Vitoria-Gasteiz, Donostia-San Sebastián y Bilbao).

Objetivos estratégicos para llegar al modelo turístico deseado para 2020:

- Avanzar en la consideración de Debabarrena como un destino turístico, con identidad propia y con **mayor protagonismo en el panorama turístico de Euskadi**.
- Impulsar una gestión turística basada en el conocimiento y en la participación del sector público y privado, estableciendo **fórmulas de trabajo continuo y sistematizado**.
- **Mejorar el espacio turístico comarcal** y la puesta en valor de sus recursos, en clave de sostenibilidad y calidad.

Fomentar la especialización y diferenciación de la oferta turística mediante la consolidación de los productos existentes y el desarrollo de nuevos productos que contribuyan al posicionamiento de la comarca como **destino multiproducto**.

- Desarrollar iniciativas de **producto y promoción eficaces** que nos permitan captar nuevos flujos turísticos, contrarrestando la estacionalidad.
- Propiciar el **desarrollo de un tejido empresarial turístico competitivo, profesional y orientado al cliente**, buscando la excelencia en la prestación de servicios, estableciendo fórmulas de relación con el visitante que nos permitan asegurar su satisfacción y fidelización.
- **Lograr la vinculación de la población hacia la actividad turística**, generando conciencia de actividad económica que contribuya positivamente a mejorar la imagen y proyección del destino, al tiempo que, como sector económico, genera riqueza y empleo

Estrategia competitiva

Debabarrena ha de tener en cuenta aquellos valores y atributos que le permitan diferenciarse, posicionarse o actuar como destino complementario frente a otros destinos de su entorno y /o de competencia.

En el caso de Debabarrena sus ejes de diferenciación competitiva a impulsar estarían basados en:

1. Desarrollo de **productos de naturaleza y ecoturismo** basados en su escenario diferencial: el **Geoparque de la Costa Vasca**.
2. Desarrollo de **productos ligados a la cultura del mar** con sus elementos diferenciales: Churruca y Casa Arrietakua.
3. Desarrollo de una **oferta del Camino de Santiago en el entorno de Sasiola –Astigarribia**.
4. El desarrollo de una **oferta novedosa y de calidad en Deba** siguiendo el discurso del Centro de Interpretación el Geoparque de la Costa Vasca.
5. El desarrollo de la **oferta de turismo industrial en Eibar y Elgoibar**.
6. La **recuperación y definición de usos** también para el ocio en el río Deba.
7. La **puesta en valor de los senderos diferenciales** como: **Ruta de los Dólmenes, Camino Santiago..**
8. Impulso a la **creatividad tecnológica y diseño de itinerarios profesionales en Eibar, Elgoibar y Ermua**.
9. Articulación de una **oferta estructurada para eventos deportivos** singulares.
10. Fomento del **turismo activo**.
11. La **definición de la oferta MICE** en la comarca y su integración en la cadena turística.
12. La calidad y orientación a la demanda de la oferta y servicios que conforman la comarca

Estrategia de producto de mercado

Esta estrategia se debe fundamentar en la **Segmentación y priorización de productos**

	Productos		Valoración /Atractivo	Grado desarrollo
OCIO	Turismo Naturaleza	Turismo Activo	Alto	Medio-bajo
		Ecoturismo	Alto	Medio
		Esparcimiento en la Naturaleza	Alto	Medio
	Turismo Cultural	Memoria Histórica	Medio –Alto	Bajo
		Camino Santiago	Alto	Bajo
		Geoparque C Vasca	Alto	Medio-Bajo
		Turismo Industrial	Medio-Alto	Medio-Bajo
	Turismo Gastronómico	General	Medio	Bajo
		Gourmet	Bajo	Bajo
	Turismo Deportivo	Eventos	Medio-Alto	Bajo
PROFESIONAL	Profesional e Industrial	Visitas a empresas	Alto	Medio-Bajo
	Eventos	Deportivos	Medio	Bajo
		Gastronómicos		
		Culturales		
	Congresual y de incentivos	Congresos y reuniones	Medio	Bajo
Incentivos		Medio-Alto	Bajo	

Nota: la valoración y grado de desarrollo se efectúa desde un punto de vista y enfoque turístico.

6. PROGRAMA ESTRATÉGICO

Este Plan Estratégico propone **CINCO diferentes ejes** de medio y largo recorrido en las que se definen las directrices generales que marcan el desarrollo turístico de la comarca y cuyo despliegue se concreta en un Plan Operacional 2016-2020 con un total de 28 programas y 53 líneas de actuación y que corresponden a un total de 7 objetivos estratégicos.

Para la definición de este programa, se han tenido en cuenta las áreas de mejora detectadas en los diferentes encuentros y jornadas de trabajo llevadas a cabo con agentes públicos y privados de la comarca.

El despliegue de **los 5 grandes ejes estratégicos** (gestión, escenario turístico, oferta y productos, marketing y competitividad) se divide a posteriori en 53 Líneas de Actuación (LA), **agrupadas en 9 programas (P)**.

✚ **Las cinco líneas estratégicas del Plan Estratégico de Turismo de Debarrena 2020 son:**

EJE 1. Planificación, Organización y Gestión.

Se presenta clave para el impulso y viabilidad del Plan Estratégico de Turismo. Plantea intervenir sobre el modelo de gestión adecuándolo a la realidad actual y a las necesidades detectadas. Define el papel que deben jugar por los diferentes agentes claves tanto a nivel local, comarcal como de entidades y administraciones supracomarcas.

EJE 2. Escenario Turístico Comarcal.

Eje estratégico que afecta al territorio dónde tiene lugar el consumo turístico y donde las actuaciones se consideran esenciales para la construcción de un destino competitivo. Cuenta con una serie de acciones transversales y se incluyen acciones relacionadas con la conectividad, accesibilidad universal, accesibilidad tecnológica, infraestructuras, puesta en valor de recursos patrimoniales, mejora de la acogida en destino, etc. Necesita de la coordinación y cooperación interinstitucional e interdepartamental.

EJE 3. Mejora y Desarrollo de la Oferta y del Producto Turístico.

Se definen una serie de programas y líneas de actuación propios de un destino multiproducto como es Debarrena, que lleva trabajando durante muchos años el desarrollo de producto y oferta pero que todavía cuenta con un importante potencial de desarrollo. Se identifican diferentes productos en función de su potencialidad, atractivo, capacidad para contrarrestar la estacionalidad, estableciendo criterios de prioridad en su desarrollo. Se ha de trabajar en la configuración de una cartera de productos orientada a la demanda que permita articular y priorizar una oferta competitiva a cada segmento y a los diferentes mercados objetivos a nivel interno y externo tanto reales como potenciales. Ha de tener presente la participación del sector privado.

EJE 4. Marketing. Se aborda aspectos de imagen, marca, comunicación, promoción y comercialización. En una comarca que presenta características duales como territorio de costa e interior y además con una singularidad de municipios que pertenecen al Territorio de Bizkaia y de Gipuzkoa. Todo ello hace necesario definir elementos identificativos del destino para proyectar una imagen acorde a su identidad, la convivencia de marcas, estrategias de mercado basada en la definición de los públicos objetivos trabajando segmentos y mercado en los que queremos posicionar la oferta turística de la comarca. Este eje incluye también un programa de Sensibilización Turística para diferentes colectivos.

EJE 5. Competitividad. Formula aquellas acciones de formación, creación y fortalecimiento empresarial, la cultura innovadora, y la mejora continua. Se trata de un eje en el que el Basquetour lidera un importante número de acciones como: calidad en destino SICTED, TICs, Ecoetiqueta, etc. Durante el proceso de elaboración del PET, el sector privado considera que presenta algunas carencias en aspectos relacionados con el servicio al turista.

Los cinco ejes estratégicos y los correspondientes programas a desarrollar en cada eje:

E1



EJE 1. PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

- P.1 Programa de adecuación de recursos y capacidades para la viabilidad del Plan Estratégico de Turismo.
- P.2 Programa de Gobernanza del Plan.
- P.3 Programa de cooperación, coordinación y colaboración con otras entidades.

E2



EJE 2. ESCENARIO TURÍSTICO COMARCAL

- P.4 Programa de mejora de la conectividad al destino y accesibilidad turística.
- P.5 Programa para la mejora de la señalización.
- P.6 Programa de puesta en valor de recursos patrimoniales.
- P.7 Programa de mejora del sistema de información y acogida en el destino comarcal.
- P.8 Programa de embellecimiento y mantenimiento turístico.

E3



EJE 3. MEJORA DE LOS RECURSOS Y DESARROLLO DE LA OFERTA Y PRODUCTO TURÍSTICO

- P.9 Programa de Turismo Cultural.
- P.10 Turismo de Naturaleza: Ecoturismo y Turismo Activo.
- P.11 Programa de Turismo de Profesional.
- P.12 Programa MICE.
- P.13 Programa de Turismo Deportivo.
- P.14 Programa de Turismo Gastronómico.
- P.15 Programa de Turismo Rural.
- P.16 Programa Touring.
- P.17 Programa de diversificación y mejora de la oferta turística.

E4



EJE 4. MARKETING

- P.18 Programa de identidad corporativa: marca y posicionamiento.
- P.19 Programa de edición de soportes *on* y *off line*.
- P.20 Programa de comunicación *on* y *off line*.
- P.21 Programa de promoción y apoyo a la comercialización *on* y *off line*.
- P.22 Programa de fidelización.
- P.23 Programa de sensibilización.
- P.24 Programa de conocimiento de mercado y demanda.

E5



EJE 5. COMPETITIVIDAD

- P.25 Programa de formación.
- P.26 Programa de aseguramiento de la calidad.
- P.27 Programa de fomento de la innovación.
- P.28 Programa de sostenibilidad turística ambiental.