

Debabarreneko Turismoaren 2020rako Plan Estrategikoaren laburpena





Aurkibidea

1. Zer lortu nahi da Plan Estrategikoarekin?3
2. Helburuak.....4
3. Barneko zein kanpoko egoeraren analisia eta diagnostikoa.....5
4. Barne-faktoreak: errealitate bat baino gehiago7
5. Debarrena 2020an, turismoaren ikuspuntutik.....8
6. Programa estrategikoa11

1. ZER LORTU NAHI DA PLAN ESTRATEGIKOAREKIN?

Debabarreneko Turismoaren III. Plan Estrategikoak Debabarrena eskualdeko turismoaren etorkizuna planteatzen du, eta hori era jasangarrian eraikitzeko eta kudeatzeko beharrezko tresnak eskaintzen ditu. Agiri honekin, gainera, strategiaren eguneratze hutsa egitetik harago joatea dakar, honako alderdiak kontuan izan dituen analisi batekin:

- 1º Eskualdean turismoak egin duen ibilbidea, izan duen aurrerapenak, desbideratzeak identifikatuz eta, ahal den heinean, neurri zuzentzaileak definituz.
- 2º Garatutako esperientzia, ikaskuntza gisa.
- 3º Puntu indartsuak, palankak eta proiektu traktoreak, eredu turistikoak dituen ahuldadeei aurrea hartu ahal izateko.
- 4º Aukera berriak identifikatzea.
- 5º Etorkizuneko erronka berriak planteatzea.
- 6º Beharrezko jarduketak, inplikaturako eragileak eta finantzazio-agertokia definitzea eta lehenestea.

2. HELBURUAK

- **Debabarreneko turismoa bultzatzeko, eskaintza antolatzeko eta garatzeko prozesua bideratzea;** horrek markatuko du eskualdeko lanerako jarraibidea, antzemandako ahuldadeei aurre egiten, indar-guneak indartzen eta eskualdeko baliabide, produktu, esperientzia eta zerbitzu turistikoek eskaintzen dituzten aukerak aprobetxatzen saiatuz.
- **Jarduera turistikoak zuzenean edo zeharka inplikaturik dauden eragile ahalik eta gehienen parte-hartzea lortzea:** udal arduradun politikoak, Turismoko Mahaiko kideak, elkarreetako arduradunak, turismo arloko enpresariak, turismo-bulegoetako teknikariak, ADR Debemen, Geogarapen eta interesekotzat jo daitezkeen beste eragile batzuk.
- **Eskualde mailan adostutako** turismo plan bat prestatzea, plangintzako tresnek markatutako planteamendu turistikoekin bat etorritik: Euskal Turismoaren Plan Estrategikoa 2020; Turismoaren PMK 2014-2017, produktu-planak eta Gipuzkoako Foru Aldundiaren Estrategia Turistikoa.
- **Debabarrena identitate propioko jomuga turistikotzat** har dadin aurrera egitea, **sektore publikoaren eta sektore pribatuaren artean koordinatuta** planifikatuz **jardueraren** hazkunde **jasangarria** lortzeko turismoaren arloan egin beharreko jarduketak, eta kalitatezko eskaintza anitza eta erakargarria sortuz, **produktu anizdun bere ezaugarriarekin eta lortu nahi den eta bere baliabideen balioari egokitutako posizionamendu turistikoarekin eta zuzenean edo zeharka inplikaturikotako balio-kateko kide guztiek egindako apustuarekin bat etorritik.**

3. BARNEKO ZEIN KANPOKO EGOERAREN ANALISIA ETA DIAGNOSTIKOA

✚ Diagnostikoa egiteko, honako prozesuari jarraitu zaio:

1. Bi topaketa kualitatibo; bata sektore publikoarekin, eta bestea eragile pribatuekin. Metodologia parte-hartzailea erabili da taldekako topaketa horietan, eta helburua izan da eskualdeko gai turistikoari buruzko iritzi kualitatiboa biltzea eta ondoren iritzi guztiak bateratzea.
2. Elkarriketa pertsonalizatuak udaletako (8 udal), Debemeneko eta Euskal Kostaldeko Geoparkeko arduradunekin.
3. Topaketa horiek indartzeko eta osatzeko online bidezko galdetegiak erabili dira, udal esparruari buruzko galderekin.
4. Euskadiko testuinguru turistikoaren analisia.
5. Debarrena eskualdeko sistema turistikoaren osagaien analisia eta diagnostikoa.
6. Lantaldearen batzarrak.
7. Sektore publikoaren eta pribatuaren baterako azkeneko topaketa kualitatiboa: Estrategia aurkeztea eta ekintzak lehenestea.

- ✚ Laburbilduta aztertuko ditugu jomuga turistiko baten jardueran esku hartzen dutela eta turismoaren merkatuan posizionamendu lehiakorrean zuzeneko eragina dutela uste dugun faktoreak:



4. BARNE-FAKTOREAK: ERREALITATE BAT BAINO GEHIAGO

Errealitate bat baino gehiago dago Debabarrenean, eta honela formulatu behar dira: lurraldearen dibertsitatea, paisaia-dibertsitatea, gizakiaren alderdia, sozioekonomikoa, etab.; beraz, jomuga turistiko gisa duen dibertsitatea aipatu behar da.

Zentzu horretan, beharrezkoa da kontuan hartzea itsasoaren eta arrantzaren esparrua, landa-eremua, hiri-eremua, eremu industriala... bakoitzak dituen berezitasun eta zehaztapenekin; halaber, aipatu behar da Gipuzkoa eta Bizkaia lurraldeei dagozkiela eskualdeko lurrak eta udalerriak.

Errealitate horiek elkarrekin bizi dira eta osagarri dira; eta horiek kontuan hartu behar dira eskualdeko eredu turistikoan.

Produktu anitzeko jomuga gisa aurkezten da, eta Natura Turismoaren, Industria Turismoaren eta Kultura Turismoaren segmentuetako baliabide eta produktu turistiko ugari egiten du bat jomuga horretan.

Eskualdeko bi udalerrri daude Euskal Kostaldeko Geoparkean, eta horrek ezaugarri bereziak ematen dizkio beste jomuga batzuekiko eta Euskadiko panorama turistikoaren barruan, ikuspuntu turistikotik ez ezik, zientziaren, hezkuntzaren eta kulturaren ikuspuntutik sortzen duen interesari esker.

5 NOLAKO DEBABARRENA NAHI DUGU 2020rako, TURISMOAREN IKUSPUNTUTIK?

✚ **Eskualdearen berezko ezaugarri diren funtsezko elementu sorta batek –ez elementu turistikoak soilik– osatzen duen Eredu Turistikoa nahi du Debabarrenak:**

- **Kontsumo turistikorako prestatutako agertokia;** proiektu estrategikoak (Deba, Arno, Sasiola, Itsasoaren Kultura, Aurre-historia, Moru herria, Deba Ibaiaren Ibai-parkea...) modu jasangarrian garatzea lortu du testuinguru horretan, bideragarriak ingurumenari eta ekonomiari dagokionez.
- Kalitatezko **produktu anitzeko eskaintza erakargarria** sortu du bere ezaugarri sozioekonomikoak, kulturalak eta ingurumenari dagozkienak hainbat **argumentu-ikuspegirekin, aisiako turismoko (barrualdea eta kostaldea) eta turismo profesionaleko** tipologien barruan.
- **Sektore turistiko profesionala** eta kudeaketa turistikorekin konprometitua, ondo garatutako elkartesareekin.
- Tokiko eta eskualdeko **ordezkari publikoek badakite oso garrantzitsua dela turismoa** eta hori kontuan hartuta jarduten dute.
- **Biztanleek bisitariak hartzeko jarrera irekia dute**, jarduera ekonomikotzat jotzen dutelako turismoa eta uste dutelako, gainera, mesedegarria dela kultura- eta natura-ondarea zaintzeko.
- **Lan handia egin du garraioko eta mugikortasun jasangarriko politiketan.**
- **Masifikaziorik sortzen ez duen baliabide, mugikortasun eta eskaintzaren egituraketa** du, eta kontrolatutako bolumenen aldeko apustua egiten du, eta balio erantsia eskaintzen du zerbitzu guztietan.

- **Turismoa kostaldeari bakarrik lotuta ulertzen duen ikuspuntua gainditu da**, eta barneratu da badaudela motor gisa balio duten udalerrri eta baliabide turistiko batzuk eta, aldi berean, badaudela **eskaintza osatzen duten eta eskaintza osoari balio erantsia ematen dioten beste baliabide batzuk eskualdeko beste udalerrri batzuetan**, agertoki berriak eta bisitatzeko motibazio berriak sortuz, eta urtaro jakinetara mugatzen den turismo-ereduari aurre eginez.
 - **Paisaiari eta kulturari dagozkion errealitate ezberdinak** osatzen eta integratzen dira: kostaldea eta barrualdea, landa-eremua, natura-eremua, hiri-eremua, industria-eremua...
 - **Sistema produktibo horizontala ikusten da balio-kate turistikoan**; sistema horrek eredu bertikalaren lekua hartzen du, eta denen baturari balio erantsia ematen dioten zerbitzu osagarriak bateratzen dira sistema horretan, produktu integralak definituz.
 - **Ekintzailtza, sormena eta berrikuntza** bultzatzen dituen **eskualdea da, talentua trebatzeko, erakartzeko eta hemen eusteko**, bere iragan eta orainaldi industrial eta negozioena aprobetxatuta.
 - **Zerbitzuen ekonomia, kalitatea eta ezagutza** funtsezko piezak dira, **identitate propioa** dute eta eskariari bideratuta daude.
 - **Bide-komunikazioei esker**, kanpoko lurraldeekiko konexioa eta proiektzioa egokiak dira.
 - **Kokapen estrategikoa du**, eta horri esker, hurbileko gune turistiko igorleen fluxuak hautematen ditu (Gasteiz, Donostia eta Bilbo).
- ✚ **2020rako nahi den eredu turistikoa lortzera iristeko helburu estrategikoak:**
- Debabarrena identitate propioa duen eta **Euskadiko panorama turistikoan protagonismo handiagoko** jomuga turistiko gisa ikuste horretan aurrera egitea.
 - Sektore publikoaren eta pribatuaren parte-hartzean eta ezagutzan oinarritutako kudeaketa turistikoa bultzatzea, **etengabeko lan sistematizatu baterako formulak** ezarriz.
 - **Eskualdeko espazio turistikoa hobetzea** eta eskualdeko baliabideei balioa ematea, jasagarritasuna eta kalitatea kontuan hartuta.

Eskaintza turistikoaren **espezializazioa eta bereizketa sustatzea**, dauden produktuak finkatuta eta eskualdea **produktu anitzeko jomuga** gisa posizionatzen lagunduko duten produktu berriak garatuta.

- **Produktuarekin eta promozioarekin** lotutako ekimen **eraginkorrak** garatzea, fluxu turistiko berriak hautematea ahalbidetuko dutenak, urtaro jakinetara mugatzen den turismo-ereduari aurre eginez.
- **Turismoko enpresen sare lehiakorra, profesionala eta bezeroari bideratutakoa garatzen** laguntzea, zerbitzuetan bikaintasuna bilatuz, eta bisitariekiko haien gogobetetasuna eta leialtasuna ziurtatuko diguten harremanetarako formulak ezarrita.
- **Biztanleen jarduera turistikoarekiko lotura lortzea**, biztanleek jomugaren irudia eta proiektzioa hobetzen modu positiboan lagunduko duen jarduera ekonomiko gisa eta, aldi berean, aberastasuna eta enplegua sortzen duen sektore ekonomiko gisa ikus dezaten.

Lehiakortasun estrategia

Debabarrenaren kasuan, bultzatu beharreko bereizketa lehiakorreko ardatzak honako hauetan oinarrituko lirateke:

1. **Natura eta ekoturismoko produktuak** garatzea, jomuga bereizten duen agertokian oinarritutakoak: **Euskal Kostaldeko Geoparkean..**
2. **Itsasoaren kulturarekin lotutako produktuak** garatzea, beren elementu bereizleekin: Churruca eta Arrietakua Etxea.
3. **Done Jakue Bidearekin lotutako eskaintza** bat garatzea **Santiago-Astigarribia inguruan.**
4. **Kalitatezko eskaintza berria** garatzea **Deban**, Euskal Kostaldeko Geoparkearen Interpretazio Zentroaren diskurtsoari jarraituz.
5. **Eibarren eta Elgoibarren industria-turismoko eskaintza** garatzea.
6. **Deba ibaian aisiarako erabilerak berreskuratzea eta definitzea.**
7. **Bidezidor bereizgarriei balioa ematea**; hala nola: **Dolmenen ibilbidea, Done Jakue Bidea...**
8. **Sormen teknologikoa eta ibilbide profesionalen diseinua** bultzatzea **Eibarren, Elgoibarren eta Ermuan.**
9. **Kirol-gertaera berezietarako eskaintza egituratu** bat antolatzea.

10. Turismo aktiboa sustatzea.

11. Eskualdeko MICE eskaintza definitzea eta hori turismo-katean integratzea.

12. Eskualdea osatzen duten eskaintzaren eta zerbitzuen kalitatea eta horiek eskarira bideratzea

 Merkatuko produktu estrategia

Estrategia hori produktuen segmentazioan eta lehenespenean oinarritu behar da

| | PRODUKTUAK | | BALORAZIOA/ ERAKARPENA | GARAPEN MAILA |
|--------------|---------------------------------|------------------------|---------------------------|------------------|
| AISIA | Natura turismoa | Turismo aktiboa | Altua | Ertain-baxua |
| | | Ekoturismoa | Altua | Ertaina |
| | | Naturan aisialdia | Altua | Ertaina |
| | Turismo kulturala | Memoria historikoa | Ertain-altua | Baxua |
| | | Done Jakue Bidea | Altua | Baxua |
| | | Euskal K. Geoparkea | Altua | Ertain-baxua |
| | | Industria Turismoa | Ertain/Altua | Ertain-baxua |
| | Turismo gastronomikoa | Orokorra | Ertaina | Baxua |
| | | Gourmet | Baxua | Baxua |
| | Kirol Turismoa | Ekitaldiak | Ertain-altua | Baxua |
| PROFESIONALA | Profesionala eta industrialia | Enpresetara bisitak | Altua | Ertain-baxua |
| | Ekitaldiak | Kirol arlokoak | Ertaina | Baxua |
| | | Gastronomikoak | | |
| | | Kulturalak | | |
| | Kongresuak eta bidai-pizgarriak | Kongresuak eta bilerak | Altua | Ertain-baxua |
| | | | Ertaina | Baxua |
| | | Pizgarriak | Ertaina | Baxua |
| | | | Ertain-altua | Baxua |

6 PROGRAMA ESTRATEGIKOA

Plan Estrategiko honek ibilbide ertain eta luzeko BOST ardatz proposatzen ditu; horietan definitzen dira eskualdeko garapen turistikoa markatzen duten ildo orokorrak, eta 2016-2020 aldirako Eragiketa Planean zehazten dira ildo horiek, zazpi helburu estrategikori dagozkien 28 programarekin eta 53 ekintza-lerroekin.

Programa hori definitzeko, eskualdeko eragile publiko eta pribatuekin egindako topaketetan eta lan-jardunaldietan antzemandako hobetu beharreko arloak hartu dira kontuan.

Bost ardatz estrategiko horiek (kudeaketa, agertoki turistikoa, eskaintza eta produktuak, marketina eta lehiakortasuna) bederlatzi programatan (P) taldekatutako 53 Ekintza-lerrotan (EL) banatzen dira gero.

 **Honako hauek dira Debabarreneko 2020rako Turismoko Plan Estrategikoaren bost ildo estrategikoak:**

1. ARDATZA. Plangintza, Antolakuntza eta Kudeaketa.

Funtsezkoa da Turismoko Plan Estrategikoa bultzatzeko eta planaren bideragarritasunerako. Kudeaketa-ereduan esku hartzea planteatzen du, eredu hori gaur egungo errealitatera eta antzemandako beharretara egokituz. Funtsezko eragileek, tokikoek, eskualdekoek zein eskualdeaz gaindiko erakundeek eta administrazioek bete behar dituzten funtzioak definitzen ditu.

2. ARDATZA. Eskualdeko Agertoki Turistikoa.

Kontsumo turistikoa gertatzen den lurraldeari eragiten dion ardatz estrategikoa; jarduketak funtsezkotzat jotzen dira jomuga lehiakor bat eraikitzeko. Zeharkako ekintza batzuk ditu, eta konektibitatearekin, irisgarritasun unibertsalarekin eta teknologikoarekin, azpiegiturekin, ondare-errekurtsoei balioa ematearekin, jomugako harrera hobetzearekin eta beste hainbat alderdirekin lotutako ekintzak hartzen ditu barne. Ardatz honetan, beharrezkoa da erakundeen eta sailen arteko koordinazioa eta lankidetzak.

3. ARDATZA. Eskaintza eta Produktu Turistikoaren Hobekuntza eta Garapena.

Debabarrena bezalako produktu anitzeko jomuga bati dagozkion programak eta ekintza-ildoak definitzen dira; urte asko darama Debabarrenak produktuaren eta eskaintzaren garapena lantzen, baina oraindik garatzeko aukera handiak ditu. Hainbat produktu identifikatzen dira haien aukeren, erakarpenaren, urtaro


jakinetara mugatzeari aurre egiteko gaitasunaren arabera, lehentasuna emateko irizpideak ezarriz. Eskarira egokitutako produktu-sorta osatzeko lan egin beharra dago, benetakoak zein potentzialak diren segmentu eta xede-merkatu bakoitzean eskaintza lehiakor bat antolatzeke eta lehenesteko, barne- zein kanpo-mailan. Sektore pribatuaren parte-hartzea hartu behar da kontuan.

4. ARDATZA. Marketina. Irudiari, markari, komunikazioari, promozioari eta merkaturatzeari dagozkien alderdiak lantzen dira. Kostaldeko eta barrualdeko lurralde baten ezaugarri dualak dituen eta, gainera, Bizkaiko eta Gipuzkoako udalerriak izatearen bereizitasuna duen eskualde batean. Horrek guztiak beharrezkoa egiten du helmugaren elementu identifikagarriak zehaztea, gure identitatearekin bat datorren irudi bat zabaltzeko, beti ere merkatu estrategia bati jarraituz, beste helmuga batzuek jorratzen duten markaren ildopean. Hori guztia gure eskualdearen eskaintza turistikoaren hartzailerean zehaztapena oinarritzat izanda, horretarako segmentu eta merkatu zehatzak jorratu behar direlarik. Ardatz horretan sartzen kolektibo ezberdinetarako Sentsibilizazio Turistikoko programa bat ere.

5. ARDATZA. Lehiakortasuna. Enpresak eratzeko, sortzeko eta indartzeko ekintzak formulatzen ditu, bai eta berrikuntzaren eta etengabeko hobekuntzaren kultura ere. Ardatz horretan ekintza ugari zuzentzen ditu Basquetourrek; hala nola: SICTED jomugako kalitatea, IKTak, Eko-etiketa, etab. Plana prestatzeko prozesuan, sektore pribatuak uste du hutsune batzuk dituela turistarentzako zerbitzuarekin lotutako alderdietan.

 Bost ardatz estrategikoak eta ardatz bakoitzean garatu beharreko programak

| | |
|---|---|
|  | <p>1. ARDATZA: PLANIFIKAZIOA, ANTOLAKUNTZA ETA KUDEAKETA</p> <p>P.1 Turismo Plan Estrategikoaren bideragarritasunerako baliabideen eta gaitasunen moldatze-programa</p> <p>P.2 Planaren Gobernantza Programa</p> <p>P.3 Kooperazio, koordinazio eta kolaborazio programa, beste entitate batzuekin.</p> |
|  | <p>2. ARDATZA: ESKURALDEKO TURISMOA</p> <p>P.4 Helmugara konektibitateko eta irisgarritasun turistikorako hobekuntza programak</p> <p>P.5 Seinaleztapearen hobekuntzarako Programa</p> <p>P.6 Ondre baliabideak balioan jartzeko Programa</p> <p>P.7 Eskualdean informazio eta harrera sistemaren hobekuntza Programa</p> <p>P.8 Edertze eta mantenu turistikorako Programa</p> |
|  | <p>3. ARDATZA: BALIABIDEEN HOBEKUNTZA ETA PRODUKTU ESKAINTZA TURISTIKOAREN GARAPENA</p> <p>P.9 Kultur Turismorako Programa</p> <p>P.10 Natura turismoa: ekoturismoa eta turismo aktiboa</p> <p>P.11 Turismo Profesionalaren sustapenerako Programa</p> <p>P.12 MICE Turismoa</p> <p>P.13 Kirol Turismoa sustatzeko Programa</p> <p>P.14 Turismo Gastronomiarako Programa</p> <p>P.15 Landa-eremuko Turismorako Programa</p> <p>P.16 Irtenalditxo edo Touring Programa</p> <p>P.17 Eskaintza turistikoaren hobekuntza eta dibertsifikaziorako Programa</p> |
|  | <p>4. ARDATZA: MARKETING</p> <p>P.18 Identitate korporatiboa, marka eta posizionamendua lantzeko Programa</p> <p>P.19 On-line eta off-line euskarrien edizioa</p> <p>P.20 On-line eta off-line Komunikazio programa</p> <p>P.21 Sustapenerako eta merkaturatzea babesteko Programa, on eta off-line</p> <p>P.22 Fidelizazio Programa</p> <p>P.23 Sentsibilizazio Programa</p> <p>P.24 Merkatuaren eta eskakizunaren ezagutza Programa</p> |

| | |
|---|---|
|  | 5. ARDATZA: LEHIAKORTASUNA |
| | P.25 Prestakuntza Programa |
| | P.26 Kalitatea bermatzeko Programa |
| | P.27 Berrikuntzaren sustapenerako Programa |
| | P.27 Ingurumen-turismorako Programa |