

Sail Egitarau Txostena - GASTUAK
Memoria Departamento Programa - GASTOS

SAILA / DEPARTAMENTO	ATALA / SECCIÓN	FUNTZIONALA / FUNCIONAL
08. Ekonomia Sustatzeko 08. <i>Promoción Económica</i>	0808. Turismoaren Sustapena 0808. <i>Promoción Turística</i>	730.101 Bizkaiko Turismoa eta Sustapena 730.101 <i>Turismo y Promoción de Bizkaia</i>

2012ko otsailaren 10ean, euskal turismo industrietarako 2011-2015 Legegintzaldiko Plana jendaurrean aurkeztu zen. Horrezkero, turismo sektorea eta Bilboko eta Bizkaiko gizarteak Bizkaiko Foru Aldundiko Kanpo Sustapeneko eta Turismo Zuzendaritzaren kudeaketa-estrategiak zer diren eta zer izango diren zehatz-mehatz dakite. Estrategia horiek dagoeneko aurten hasi gara finkatzen eta, nahitaez, hurrengo urteetan jarraipena izango dute, planaren literaturan definitu genuenez.

Bertan proposatu ziren jarduketaren eremuak laburbiltzen baditugu, nahitaez aztertu beharreko gaiak hauek ziren: turismo destinoaren normalizazioa, destinoa aurkezten laguntzen duten tresna teknologikoen sorrerarekin eta beste ekintza batzuekin, turismo merkatutzailerentzako lana erraztuz; destinoaren dinamizazioa, turismo-entrepresa berriak sortuz eta turismo produktu berriak asmatuz eta merkaturatuz, eta turismo baliabide berriak baloratzea; merkatuetan proposatutako formula guztietan zehar sortutako produktu horiek merkaturatzea, haiek erostea erraztuz eta destino oso lehiakorra eta kohesionatua sortzen lagunduz; destinoaren inguruko prestakuntza, ezinbesteko gauza dena turistek zerbitzuetan gero eta gehiago bilatzen dituzten lehiakortasuna eta profesionaltasuna lortzeko; eta azkenik, nazioartekotzea, gure produktuentzat merkatu berriak bilatzeko eta, are gehiago, turismoaren alorrean lankidetzan jarduteko formula gisa, gure destinoari estrapolatu beharreko esperientzia positiboen bilaketan, adibidez joera berriak ikertzeko eta ezagutzeko prozesuak, gure sustapen-ekintzak modu zorrotzagoan programatzeko eta zuzentzeko.

A partir de la presentación pública del denominado Plan de Legislatura 2011-2015 para las industrias turísticas vascas, hecho que ocurrió el pasado 10 de febrero de este 2012, tanto el sector turístico como la propia sociedad de Bilbao-Bizkaia conocen los detalles de lo que constituyen y constituirán las estrategias en la gestión de la Dirección de Promoción Exterior y Turismo de la Diputación Foral de Bizkaia, unas estrategias que ya han comenzado a implementarse durante el presente año y que, necesariamente, tendrán su continuidad en los subsiguientes tal y como se definió en la literatura del plan.

Haciendo un somero repaso a los ámbitos de actuación que se proponían en el mismo, recordemos que las inquietudes planteadas como de necesario abordaje, hacían referencia a: La Normalización del destino turístico, en el que se contemplaban acciones como la creación de herramientas tecnológicas que colaboraran con la presentación del destino, facilitando la labor de los comercializadores turísticos; la dinamización del destino, abordando la creación de nuevas empresas turísticas, la creación y el lanzamiento de nuevos productos turísticos, y la puesta en valor de nuevos recursos turísticos; la comercialización de esos productos creados a través de todas las fórmulas propuestas en los mercados, haciendo más fácil la adquisición de los mismos y colaborando con la creación de un destino altamente competitivo y cohesionado; la formación del destino, cuestión absolutamente necesaria para la consecución de esa competitividad y profesionalidad que buscan los turistas, cada vez más, en los servicios; y, por último, la internacionalización como fórmula no solamente de búsqueda de nuevos mercados para nuestros productos, sino también como fórmula para la cooperación, en materia turística, en la búsqueda de experiencias positivas que extrapolar a nuestro destino, como procesos de investigación y de adquisición de conocimiento de nuevas tendencias que nos ayuden a programar y a dirigir nuestras acciones promocionales con un mayor rigor.

Sail Egitarau Txostena - GASTUAK
Memoria Departamento Programa - GASTOS

SAILA / DEPARTAMENTO	ATALA / SECCIÓN	FUNTZIONALA / FUNCIONAL
08. Ekonomia Sustatzeko 08. <i>Promoción Económica</i>	0808. <i>Turismoaren Sustapena</i> 0808. <i>Promoción Turística</i>	730.101 Bizkaiko Turismoa eta Sustapena 730.101 <i>Turismo y Promoción de Bizkaia</i>

Horiek amaitzen ari den 2012. urte honetan jorrazten hasi garen eremuak dira. Horrela, gure kudeaketaren zerumuga berriak definitu ditugu. Zerumuga berri horietan, zalantzarik gabe, gure turismoaren sustapen-dimentsioak proiektu osoari koherentzia ematen jarraitzen du. Haietan, definitutako estrategiak, ezartzen hasi beharko garenak, gure turismoko destinoaren (Bilbo eta Bizkaia) abantailak munduari erakusteko lanaren ingurukoak dira.

Planaren garapenaren hasiera honetan, aparteko bi lan definitu dira, zalantzarik gabe etorkizuna baldintzatuko dutenak. Lan horietako batek agerian utziko ditu turismoko destinoak funtzionamendu normala edukitzeko (hau da, mundu osoan arrakasta duten destino askoren moduan funtzionatzeko) dauzkan oztupoak. Besteak Bilboren eta Bizkaiaren turismo-aukeren dimentsionamendu arrazional eta egokia egitearekin du zerikusia. Hau da, non gauden eta zerk baldintzatzen duen gure hazkundera, eta noraino hazi ahal garen, hazkunde horiek ekartzen dituzten neurriak eta baliabideak ezarriz, eta abar.

Dudarik gabe, lan horiek zuzeneko eta berehalako eragina izango dute 2013ko jarduketetan. Lehenik eta behin, Bilbo-Bizkaia destinoa eta turismoko industriak sustatzeko eta garatzeko programak egiteko foru diru-laguntzak arautzen dituen dekretuarengan. Izan ere, azterlan horien bidez zenbait arazo agerian utziko dira: adibidez, turismoko seinaleenak, turistikoak diren eta ez diren lekuenak (haien gaineko balizko inbertsioak baldintzatuko dituenak), zein baliabideak daukaten trazio-ahalmena turismo interesa daukaten inguruneetan, eskaintza hori nola bultzatu ahal den, eta abar. Horrenbestez, turismo-inguru lehiakor baten definizioan aurrera egiten ari gara, 2011-2015eko Legegintzaldiko Planaren mamian azaltzen zenez.

Bien, estos son los ámbitos en los que hemos comenzado a caminar durante este 2012 que ahora toca prácticamente a su fin, definiendo, de este modo, nuevos horizontes en nuestra gestión. Nuevos horizontes, no cabe duda, en los que la dimensión promocional de nuestro turismo, sigue dando coherencia a todo el proyecto, en los que las estrategias definidas y que habrá que comenzar a implementar, pivotan en torno a ese trabajo de dar a conocer al mundo todas las bondades de nuestro destino turístico Bilbao-Bizkaia.

En este inicio de desarrollo del Plan, se han definido dos trabajos de excepción que, sin lugar a dudas, serán condicionantes de lo que ha de venir, uno que evidenciará los handicap con los que cuenta el destino turístico para su funcionamiento de un modo normalizado, como funcionan buena parte de aquellos consolidados en todo el mundo y, otro, relacionado con la realización de un dimensionamiento racional y adecuado de las posibilidades turísticas de Bilbao-Bizkaia. Esto es, dónde estamos y qué nos condiciona nuestro crecimiento y hasta dónde podemos crecer, implementando medidas y recursos necesarios que propicien esos crecimientos, etc.

Sin lugar a dudas, estos trabajos tendrán una repercusión directa e inmediata en las actuaciones del 2013. Primero, sobre el Decreto Regulador de subvenciones forales destinadas a la realización de programas de promoción y desarrollo del destino y de las industrias turísticas de Bilbao-Bizkaia ya que, a través de esos estudios, se evidenciarán, por ejemplo, problemas con la señalética turística, con los entornos que son turísticos y los que no lo son, lo que condicionará inversiones futuras sobre los mismos, con qué recursos tienen poder de tracción en aquellos entornos que sí se constituyen como unos de interés turístico y cómo se podría implementar esa oferta, etc. Por lo tanto, se está avanzando en la definición de un entorno turístico competitivo, algo que se encontraba en la esencia del Plan de Legislatura 2011-2015.

Sail Egitarau Txostena - GASTUAK
Memoria Departamento Programa - GASTOS

SAILA / DEPARTAMENTO	ATALA / SECCIÓN	FUNTZIONALA / FUNCIONAL
08. Ekonomia Sustatzeko 08. <i>Promoción Económica</i>	0808. Turismoaren Sustapena 0808. <i>Promoción Turística</i>	730.101 Bizkaiko Turismoa eta Sustapena 730.101 <i>Turismo y Promoción de Bizkaia</i>

Baina bi azterlan horiek ez dute bakarrik Diru-laguntzen Dekretuarengan eragingo, baita Kanpo Sustapen eta Turismo Zuzendaritzan ere. Izan ere, lehenik eta behin, sortu eta sustatu beharreko produktuen tipologia modu argiagoan definituko dute (produktu erabat lehiakorrek, euren definizioan merkatuen erantzuna baldintzatzen duten tresnak dauzkatenak), eta bigarrenik, sustapen prozesuak eraginkorragoak izatea lortuko dutelako eta, ondorioz, inpaktua sortuko dute, sustatu beharreko inguruneak eta baliabideak sinpletuz; horrek benetan interesgarria dena bakarrik jasotzea ahalbideratuko digu. Era berean, agertoki lehiakorrago horien definizioari esker, zuzendaritzaren baliabide ekonomikoak turismoko lanabes berriak sortzeko erabili ahalko ditugu.

Gauzak horrela, eta analisi hori egin ondoren, planak bere garapenean definitu zituen jardun-eremuek jarduketara hauek egingo dituzte:

1 . Normalkuntza

Plangintzaren eremu honetan, beste modu batean garatzeko zailak diren turismoko produktuen sorrera mesedetzeko beharrezkoa den teknologia lortzen jarraitzeaz gain (batez ere merkaturatzaileek zerbitzuak ezartzen dizkieten ibilbide auto-gidatuetara eramaten gaituzten tresnak), seinaleztapen ekintzak egin beharko ditugu. Izan ere, badakigu seinaleztapena gure turismoko destinoak bere garapenerako daukan arazo estrukturalik handienetako bat dela. Orain garatzen ari garen lana burututakoan, hazkundeak daukan gainerako oztopo edo eragozpenei helduko diegu.

Pero no solamente tendrán transcendencia sobre el Decreto de Subvenciones estos dos estudios lanzados, sino también sobre la propia actuación de la Dirección de Promoción Exterior y Turismo ya que, primero, definirán más claramente la tipología de productos a crear y promocionar, productos netamente competitivos y que contengan en su definición útiles capaces de condicionar la respuesta de los mercados y, segundo, porque hará los procesos de promoción mucho más efectivos y en consecuencia, generadores de impactos, simplificando los entornos y recursos a promocionar, quedándonos con aquello verdaderamente interesante. Al mismo tiempo, la definición de esos escenarios más competitivos, propiciará la dedicación de recursos económicos de la Dirección a la generación de nuevos recursos turísticos.

Bien, así las cosas y tras ese necesario análisis, las distintas áreas de actuación que definía el plan en su desarrollo, abordarán las siguientes actuaciones:

1. Normalización

En este ámbito de la planificación, además de continuar con la consecución de esa necesaria tecnología que favorezca la creación de distintos productos turísticos difíciles de desarrollar de otro modo (herramientas principalmente que conduzcan a las rutas autoguiadas a las que los comercializadores implementen servicios), deberemos de acometer acciones de señalización, conscientes de que se trata éste de la señalética de uno de los problemas estructurales más importantes con los que cuenta nuestro destino turístico para su desarrollo. El resto de frenos o handicap para el crecimiento, los comenzaremos a abordar en cuanto el trabajo, ahora en desarrollo, sea una realidad.

Sail Egitarau Txostena - GASTUAK
Memoria Departamento Programa - GASTOS

SAILA / DEPARTAMENTO	ATALA / SECCIÓN	FUNTZIONALA / FUNCIONAL
08. Ekonomia Sustatzeko 08. <i>Promoción Económica</i>	0808. Turismoaren Sustapena 0808. <i>Promoción Turística</i>	730.101 Bizkaiko Turismoa eta Sustapena 730.101 <i>Turismo y Promoción de Bizkaia</i>

2 . Dinamizazioa.

2013. urtean turismoko industria estrategiko berriak sortzearen aldeko apustuarekin jarraituko dugu, zalantzarik gabe. Bizi dugun egoera ekonomikoak bere maximak dauzka, eta guretzat, turismoaren eremu honetan ere, maxima horietako bat, nahitaez, lanpostuen sorrera da.

Gainera, lehen esan dugunez, destinoak sortzeko kapaz diren turismo-produktuak eta haien industriak, lehenik eta behin, azpi-destino horiek (eskaera-merkatuetan interesa sortzeko gai dienak) osotasunean dauzkaten benetako potentzialtasunei egokitu beharra dago. Eta bigarrenik, aurrekoarekin bat etorritik, bisitatu ahal gaituzten balizko bisitarien benetako premiei, haien bidaia-formulei, haien batez besteko egonaldiei, haien batez besteko gastuari, haien erosketa-formulei eta abarrekoiei egokitu. Destinoan bakarrik eskuratu ahal diren turismo-produktuek ez dute zentzu handirik izango, hau da, turismo-produktu sinpleak direnak, bisitaldi gidatu bat edo museo baterako sarrera dakartzatenak. Produktu konplexuagoen aldeko apustua egin beharko dugu.

Aurreko puntuan azaldu dugun horrek turismo-baliabideak baloratzeko orduan ere garrantzia jasoko du. Izan ere, ez du balio handirik baliabide bat turismo-klabe honetan garatzeko potentzialtasunik ez daukan ingurune batean kokatzeak, bisitariak inoiz ez baitira inoiz hara joango, nahiz eta ingurunea sustatu, eta abar. Klabe honi lehentasuna emanaz gero, askozaz ere eraginkorragoak izango gara mezuak transmititzean, eta ondorioz, askozaz ere lehiakorragoak izango gara.

2. Dinamización.

En este 2013 seguiremos apostando por la creación de nuevas industrias turísticas estratégicas, de eso no cabe duda. La situación económica en la que nos encontramos tiene sus máximas y, para nosotros, también en este ámbito del turismo, una de esas máximas se relaciona, necesariamente, con la generación de empleo.

Además, ya lo decíamos antes, deberemos de adecuar los productos turísticos que sean capaces de crear el destino y sus industrias, primero, a las auténticas potencialidades de esos subdestinos dentro del conjunto, lugares que sean susceptibles de generar algún interés en los mercados de la demanda y, segundo y, en estrecha relación con lo anterior, con las auténticas necesidades de aquellos potenciales visitantes que pudieran visitarnos, a sus fórmulas de viajar, a sus periodos medios de estancia, a su gasto medio, a su fórmulas de comprar, etc. Ya no tendrán mucho sentido productos turísticos solamente accesibles en destino, productos turísticos simples que incluyan solamente quizás una visita guiada o la entrada a un museo. Habrá que apostar por productos más complejos.

Algo parecido a esto que hemos evidenciado en el punto anterior, cobrará su importancia también en relación con la puesta en valor de recursos turísticos. Y es que, ciertamente, de nada sirve la ubicación de un recurso en un entorno que no cuenta con potencialidad alguna para su desarrollo en esta clave turística, a donde los visitantes jamás acudirán por mucho que se promocióne el entorno, etc. Priorizar en esta clave nos abrirá la puerta a ser mucho más efectivos en la transmisión de mensajes y, en consecuencia, mucho más competitivos.

Sail Egitarau Txostena - GASTUAK
Memoria Departamento Programa - GASTOS

SAILA / DEPARTAMENTO	ATALA / SECCIÓN	FUNTZIONALA / FUNCIONAL
08. Ekonomia Sustatzeko 08. <i>Promoción Económica</i>	0808. <i>Turismoaren Sustapena</i> 0808. <i>Promoción Turística</i>	730.101 Bizkaiko Turismoa eta Sustapena 730.101 <i>Turismo y Promoción de Bizkaia</i>

3 . Merkaturatzea.

Destinoaren turismo-produktuak on line saltzeko tresna informatikoa definitu ondoren (Bilbo-Bizkaia turismo-destinoari lotutako produktore eta merkaturatzaileek erreserbak auto-kudeatzeko plataforma), eremu honetan 2013. urtean egiten diren urratsetako askok berarekin zerikusia izango dute, nahitaez.

Gauzak horrela, eremu hauetan lan egingo dugu:

- “Merkaturatze eskuliburu” bat egitea, Bilbo-Bizkaiaren merkaturatzaileen artean “nor den nor” azaltzen duena: nola saltzen duten, nolako produktuak, nolako komisioa jasotzen duten eta abar. Eskuliburu hau eginez lortu nahi dugun helburua batez ere beste merkaturatzaile batzuei (bidaia-agentziak, agenzia-taldeak eta touroperadoreak) destinoa eta bidaiari lotutako produktuak aurkeztea da, turistei bidaia egin aurretik saltzeko, eta ez bidaia hasi dutenean. Abiatu aurretik saltzen duten merkaturatzaileek, zalantzarik gabe, balizko kontsumitzaileen baiezko erantzunak baldintzatu ahal dituzte.
- Eskuliburuari lotuta, merkaturatze tresnaren erabilera zabaltzen laguntzen duten sustapen ekintzak egitea, klabe hauetan:
 - a) B2B (Business to Business) ekintzak, workshopetan, azoka birtualetan eta merkaturatze foroetan, Expovacaciones

3. Comercialización.

Tras la definición de la herramienta informática para la venta on line de productos turísticos del destino, plataforma para la auto-gestión de reservas por parte de los distintos productores y comercializadores asociados al destino turístico Bilbao-Bizkaia, buena parte de los siguientes pasos que se desarrollen en este ámbito durante el 2013 tendrán, necesariamente, que ver con la misma.

Así las cosas, trabajaremos sobre:

- La realización de un “manual de comercialización” que contemple el “quién es quién” de los comercializadores en Bilbao-Bizkaia, cómo venden, qué tipo de productos, cómo comisionan, etc. El objetivo a conseguir con la realización de este manual es la presentación, principalmente a otros comercializadores (Agencias de viaje, Grupos de Agencias y Touroperadores), tanto del destino como de los productos que se pueden asociar al viaje para su venta a potenciales turistas en origen, no cuando estos han iniciado su viaje. Los comercializadores en origen, sin ninguna duda, pueden condicionar respuestas positivas por parte de potenciales consumidores.
- Asociada al manual, la realización de distintas acciones promocionales que ayuden a extender el uso de la herramienta de comercialización, acciones en clave de:
 - a) Acciones B2B (Business to Business) en workshops, ferias virtuales y foros de comercialización, Expovacaciones.

Sail Egitarau Txostena - GASTUAK Memoria Departamento Programa - GASTOS

SAILA / DEPARTAMENTO	ATALA / SECCIÓN	FUNTZIONALA / FUNCIONAL
08. Ekonomia Sustatzeko 08. Promoción Económica	0808. Turismoaren Sustapena 0808. Promoción Turística	730.101 Bizkaiko Turismoa eta Sustapena 730.101 Turismo y Promoción de Bizkaia

b) Bilbo-Bizkaian aditua izateko ikastaroa, merkaturatzen diren destinoak eta produktuak ezagutzera emateko prozesuetan zabalduzako formula. Hartara, urruneko ikastaro birtualak egitea ahalbideratzen duen aplikazio informatikoa egingo dugu eta tresna hori, era berean, merkatuei aurkezteko erabiliko dugu, bidaian abiatu aurreko sustapen ekintzetan. Ekintza horiekin batera, destinoan bertan aurkezteko egokiagoak diren ekintzak egingo dira.

c) Touroperadoreen, bidaia-agentzien eta bidaia-agentziak kudeatzen dituzten taldeen, idatzizko prentsako profesionalen, eta bidaian eta turismoaren inguruko idazleen bisitaldiak Bilbo-Bizkaia turismo-destinora. Horretarako, biltzarrak, kudeaketa taldeen batzarrak eta abarrekoko aprobetxatuko ditugu geure destinoa ekitaldi horien balizko hartzaile gisa eskaintzeko. Izan ere, horrelako ekitaldietan beren masa sozialaren zati handi bat mugitzen dute.

- Turismoko bitartekaritzako merkatuek eskaintzen dizkiguten aukera guztiak erabiltzeko asmoarekin, turismoko txartel adimenduna edo turismo-produktua daukaten kutxen pakete estatikoak (Smartbox, Wonderbox, PlanB edo Aladinia) eta antzeko formulak erabiltzen jarraituko dugu.

Baina merkaturatze ekintzak ez ditugu soilik eremu profesionalean egingo, hau da, turismo-industrian dauden profesionalen eremuan; ondorioz, ez dira bakarrik izango turismo-produktuen salmentaren bitartekariak. Protagonismo berezia jasoko dute, era berean, behin betiko publikoari, destinoak sortutako produktuen balizko bezero-kontsumitzaileei alegia, zuzenduko dizkiegun ekintzek.

b) Cursos de experto en Bilbao-Bizkaia, fórmula extendida en los procesos de dar a conocer los destinos y productos que se comercializan en los mismos. Realizaremos a tal efecto una aplicación informática que permita la realización de cursos virtuales a distancia y utilizaremos esta herramienta, también, para presentarla a los mercados en acciones promocionales en origen, acciones que serán acompañadas con aquellas más propias de la presentación del propio destino.

c) Visitas de Touroperadores, Agencias de Viaje y Grupos de Gestión de Agencias de Viaje, así como profesionales de la prensa escrita y escritores de viajes y turismo, al destino turístico Bilbao-Bizkaia. Aprovecharemos para ello los congresos, las asambleas de grupos de gestión, etc., ocasiones en los que éstos mueven a buena parte de su masa social, para ofrecer nuestro destino como potencial receptor de esos eventos.

- Con la máxima de utilizar las máximas posibilidades que nos ofrecen los mercados de la intermediación turística, seguiremos apostando por fórmulas como la de la Tarjeta Turística Inteligente o los paquetes estáticos de las Cajas con producto turístico como Smartbox, Wonderbox, PlanB o Aladinia.

Pero las acciones de comercialización no solamente la circunscribiremos al ámbito profesional, al de los profesionales que forman parte de la industria turística y, en consecuencia, la contemplaremos vinculadas a la intermediación en la venta de productos turísticos. No, también adquirirán un especial protagonismo, aquellas otras acciones que dirigiremos al público final, a los potenciales clientes consumidores de los productos generados por el destino.

Sail Egitarau Txostena - GASTUAK
Memoria Departamento Programa - GASTOS

SAILA / DEPARTAMENTO	ATALA / SECCIÓN	FUNTZIONALA / FUNCIONAL
08. Ekonomia Sustatzeko 08. <i>Promoción Económica</i>	0808. <i>Turismoaren Sustapena</i> 0808. <i>Promoción Turística</i>	730.101 Bizkaiko Turismoa eta Sustapena 730.101 <i>Turismo y Promoción de Bizkaia</i>

Produktuak balizko bezero horiei jakinarazi ezean, nekez eskatu ahaliko dizkiete hirugarren eragileei, edo zuzenean erosi.

Merkatu horietara hurbiltzeko formulak asko dira: ia-ia, balizko bezero adina daude. Baina, inpakturik ahalik eta handienak edukitzeko asmoz, sare sozialek, turismoaren inguruan espezializatutako komunitate birtualek nahiz orokorrekin, ematen dizkigutenak bilatuko ditugu batez ere, beraiek hedatzeko eta sustatzeko.

Era berean, B2C ekintzak (Business to Client) lantzen jarraituko dugu eskura dauzkagun aukera guztien bidez (espainiar estatuko azoka nagusiak, merkataritza guneak, hirien erdiguneko sustapen karpak, etab.)

Azkenik, geure destinoa sustatzeko, jendea pilatzen den inguruneek eskaintzen dizkiguten agertoki bikainak erabiltzen jarraituko dugu. Honelako estrategien artean, NBArekin lotutako akordioak ekarriko digun aukera paregabea aipatu behar dugu. Izan ere, akordio horren bidez, Estatu Batuetako saskibaloia liga profesionalak Europan egiten dituen ekimen guztietan geure destinoa sustatuko dugu. Kirolaren eremuan ere, azpimarragarriak dira Kanpo Sustapen eta Turismo Zuzendaritzak Bilbo-Bizkaiko eliteko kirol taldeekin dauzkan akordioak (Athletic Club, Bizkaia Bilbao Basket, Euskaltel Euskadi etab).

- Prestakuntza, Lehiakortasunerako prestakuntza ematea: horra hor helburua. Profesionalei eta bisitariak hartzen dituen gizaritari prestakuntza ematea, biak ala biak oso garrantzitsuak direlako turismoarekiko elkarreraginean. Lehenengoei, ikasketen eta unibertsitatearen bidez, eta batez ere, lan-bizitzan sartzen direnean. Curriculumaz

Si no los ponemos en conocimiento de esos potenciales clientes, difícilmente podrán éstos demandarlos a terceros, a proceder a su compra directamente.

Las fórmulas para acercarnos a estos mercados, muchas, muchísimas, casi tantas como públicos potenciales pero, en la búsqueda de los máximos impactos, buscaremos principalmente aquellas que nos brinden las Redes Sociales, las comunidades virtuales tanto genéricas como especializadas en torno al turismo, para su difusión y promoción.

Asimismo, seguiremos trabajando las acciones B2C (Business to Client) a través de todas las opciones a nuestro alcance (principales ferias del estado español, centros comerciales, carpas promocionales en el centro de las ciudades, etc.)

Por último, no dejaremos de utilizar los excepcionales escenarios que nos brindan aquellos entornos donde se producen grandes aglomeraciones de gente para la promoción de nuestro destino. De este tipo de estrategias destacaríamos la ocasión única que nos brinda el acuerdo alcanzado con la NBA para la promoción del destino en todos aquellos eventos que realiza la liga profesional americana de baloncesto en el viejo continente o, con este mismo carácter deportivo, también, los acuerdos que tiene vigentes la Dirección de Promoción Exterior y Turismo con distintos grupos deportivos de élite de Bilbao-Bizkaia como el Athletic Club, el Bizkaia Bilbao Basket o el Euskaltel Euskadi.

- Formación. Formar para la competitividad, ese es aquí el objetivo. Formar a profesionales y a sociedad receptora, agentes ambos tremendamente importantes en su interacción con el turismo. A los primeros, a través de su vida académica-universitaria y, sobre todo, en el tránsito hacia la vida laboral, incidiendo sobre el cuerpo extracurricular para que les

Sail Egitarau Txostena - GASTUAK
Memoria Departamento Programa - GASTOS

SAILA / DEPARTAMENTO	ATALA / SECCIÓN	FUNTZIONALA / FUNCIONAL
08. Ekonomia Sustatzeko 08. <i>Promoción Económica</i>	0808. Turismoaren Sustapena 0808. <i>Promoción Turística</i>	730.101 Bizkaiko Turismoa eta Sustapena 730.101 <i>Turismo y Promoción de Bizkaia</i>
<p>kanpoko corpusean eragingo da, tokiko merkatuaren benetako premietara orientatzeko. Bigarreni, turismoaren abantailak lanpostuak eta errentak sortzeko tresna gisa hurbiltzen dizkieten sustapen-programen bidez.</p> <p>Era berean, ikastaro tematikoek, gogoeta eta teknika jardunaldiek, World Cafe-k eta abarrekoez beren protagonismoa edukiko dute gero eta hobeto eta gehiago prestatutako profesionalak dauzkan turismo-destino batean.</p> <p>– Nazioartekotzea. Bilbo-Bizkaiko enpresentzat eta haiek sortutako produktuentzat merkatu berriak bilatzeko prozesuak. Nazioartekotzea eta ikerkuntza, prozesu horiek berme guztiekin egiteko, eskaeraren segmentu bakoitzaren dinamizazioan laguntzen duten motibazionalen ezinbesteko jakintzan sakonduz.</p> <p>Hartara, tokiko eta nazioarteko erakundeekin akordioak egingo dira, ikerkuntzaren eta ezagutzaren nahitaezko truke hori mesedetzen dutenak: izaera orokorra duten erakundeetatik (OMT), izaera espezifikoa daukatenetara (TTRA eta IFITT, edo tokiko eremuan, CIC Tourgune).</p> <p>Gure produktuak merkatu berrietan sartzeko akordioak. Haien artean protagonismo berezia daukaten Amerikan daudenak, diasporan dauden euskal komunitateek beren harreragizarteei buruz jaso duten know-how baliatuz eta, era berean, komunitate horiek turismo gaitan trukerako eta lankidetzarako programen agente aktibo bihurtuz.</p> <p>Bestalde, zenbait jarduera egingo dira Bizkaian artisautza sustatzeko eta baloratzeko, gure artisautza-enpresen ekipamendua eta kokapena hobetzeko, eta sektorean elkartegintza sustatzeko.</p>	<p>oriente hacia las auténticas necesidades del mercado local. A los segundos, a través de programas promocionales que les acerquen las bondades del turismo como herramienta para la generación de empleo y rentas.</p> <p>Asimismo, cursos temáticos, jornadas de reflexión y técnicas, World café, etc. adquirirán su propio protagonismo en un destino turístico con profesionales cada vez más y mejor formados.</p> <p>– Internacionalización. Procesos de búsqueda de nuevos mercados para las empresas de Bilbao-Bizkaia y los productos por éstas generados. Internacionalización e investigación para que tales procesos se produzcan con las máximas garantías, profundizando en el necesario conocimiento de los motivacionales que colaboran en la dinamización de cada segmento de la demanda.</p> <p>Acuerdos para tal menester con entes locales e internacionales que favorezcan ese necesario intercambio de investigación y conocimiento, desde organismos con un carácter más genérico, como la OMT, hasta otros más específico, como TTRA o IFITT o, en el ámbito más local, el CIC Tourgune.</p> <p>Acuerdos también para la inserción de nuestros productos en nuevos mercados, entre los que cobran un principal protagonismo los ubicados en el continente americano, aprovechando todo el know-how adquirido por las comunidades vascas en la diáspora sobre sus respectivas sociedades receptoras y convirtiendo, al mismo tiempo a esas comunidades, en agentes activos de programas de intercambio y colaboración en materia turística</p> <p>Por otra parte, se desarrollará un conjunto de actividades destinadas a potenciar y valorizar la artesanía de Bizkaia, a mejorar el equipamiento y posicionamiento de nuestras empresas artesanas y a apoyar el impulso del asociacionismo en el sector.</p>	