



MESA DE TURISMO

23 de junio de 2021

ACTA DE LA REUNIÓN

ASISTEN:

NOMBRE	ENTIDAD
Maider Etxebarria	Ayuntamiento Vitoria-Gasteiz - <i>Primera Teniente de Alcalde y Concejala del Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo</i>
Araceli de la Horra	Ayuntamiento Vitoria-Gasteiz - <i>Directora del Departamento de Promoción Económica, Empleo, Comercio y Turismo</i>
Javier Estebaranz	Ayuntamiento Vitoria-Gasteiz - <i>Responsable Congresos y Turismo</i>
Clara Navas	Ayuntamiento Vitoria-Gasteiz - <i>Técnica Congresos y Turismo</i>
Felipe García	Diputación Foral de Álava
Lucía Bergareche	Cámara de Comercio de Álava-Turismo
Beatriz Taramundi	Fundación Catedral Santa María
Alberto Plata	Valle Salado de Añana
Patricia Uranga	Gasteiz On
Onofre Vicente	OPCs
Susana Añarbe	APIT (Asociación profesional guías de turismo País Vasco)
Ricardo Garay	Guías turísticos de Vitoria-Gasteiz - Kalearte
Susana Conde	ATRAE (Agencias turísticas receptoras asociadas de Euskadi)
Lidia Cámara	Alojamientos rurales de Vitoria-Gasteiz - <i>Agroturismo Abaienea</i>
Luis Cebrián	SEA Hostelería
Lurdes Romano	Beinke, Proyectos Turísticos y Culturales

DISCULPAN SU AUSENCIA:

NOMBRE	ENTIDAD
Gema Etxenike	Gobierno Vasco
Iker Urcelay	Basquetour (Gobierno Vasco)
Ruth González	Cámara de Comercio de Álava-VIA
Aingeru Torrontegi	Artium - Museo Vasco Arte Contemporáneo
María Jiménez	Ruta del Vino de Rioja Alavesa
Pilar Perosanz	ARABATUR (Asociación de Alojamientos Turísticos de Álava)
Eneko Ibarria	ABAE (Asociación Alavesa de Agencias de viajes)

ORDEN DEL DIA

1. Actualización Plan de Turismo de Vitoria-Gasteiz 2021-2024: Presentación.
2. Actuaciones 2021.
3. Ruegos y Preguntas.



ACTA

Mesa de Turismo que, por la situación sanitaria, se realiza vía online.

A las 8:30h. *Maidor Etxebarria*, comienza la sesión dando la bienvenida a la Mesa de Turismo y agradeciendo las aportaciones que desde el sector se han hecho a la consultora contratada para la *Actualización del Plan de Turismo de Vitoria-Gasteiz 2021-2024*. Destaca que es un plan estratégico vivo, que se podrá ir adaptando a las circunstancias.

Antes de dar comienzo al orden del día, aborda el

NUEVO PLANTEAMIENTO DE LA MESA DE TURISMO.

- Reorganización: se ha reestructurado siguiendo el modelo de la Mesa de Turismo de Gobierno Vasco.
- Periodicidad: 2 veces al año, si bien podrían convocarse extraordinarias según necesidades.

De cara a realizar revisiones para una mejor redacción del acta, se solicita a los asistentes el permiso de grabación únicamente para este fin. Nadie se opone a ello.

1. ACTUALIZACIÓN PLAN DE TURISMO DE VITORIA-GASTEIZ 2021-2024: PRESENTACIÓN.

Lurdes Romano, de Beinke -consultora que está llevando a cabo la actualización del plan-, presenta un resumen del mismo.

- Etapa analítica y de diagnóstico.
Presenta las conclusiones de forma muy resumida y remarca la condición Green de Vitoria-Gasteiz como elemento diferenciador y de oportunidad.
- Etapa estratégica:
Se citan los 4 pilares del plan, haciendo hincapié en los objetivos estratégicos.
- Etapa operativa:
Se explica la hoja de ruta, así como los 5 ejes en los que está articulado el plan, los cuales coinciden a grandes rasgos con DTI:
 - › Eje 1: Gobernanza: planificación – organización – gestión > 4 programas / 14 acciones
 - > Seguimiento del plan / Coordinación interinstitucional / Reformulación Mesa de Turismo / Sensibilización a la ciudadanía.
 - › Eje 2: Destino turístico: la ciudad > 5 programas / 21 acciones
 - > Programas de desarrollo sostenible (Biosphere) / Conectividad y movilidad.
 - › Eje 3: Mejora y desarrollo de la oferta y producto turístico > 12 programas / 55 acciones
 - > Apuesta por turismo de naturaleza, ecoturismo y turismo activo (apoyo de Basquetour), así como el cultural, enogastronómico y congresual.

Priorización a través de encuestas y entrevistas al sector, que se adaptará en función de la practicidad. En base a ello se desarrollarán productos.



	<ul style="list-style-type: none">› Eje 4: Marketing turístico.<ul style="list-style-type: none">> Reorganización de la oferta / Coordinación con el Plan de Marketing Turístico 2021-2024 de Basquetour, DFA y otras entidades.> La priorización de mercados coincide con la estrategia de producto de la Consejería de Turismo. Se realizará la estrategia de mercado en base a tipología de cliente, motivación, tipo de producto y origen geográfico.› Eje 5: Código Ético.
2.	ACTUACIONES 2021
2.1.	DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE – DTI <p><i>Araceli de la Horra</i> informa que se está trabajando en el plan de mejora de puntos de comunicación turística, específicamente, en el ámbito digital. Para ello, se ha llegado a un acuerdo con el <i>Departamento de Movilidad y Espacio Público</i> y existe un convenio con <i>Basquetour</i>.</p> <p>A finales de junio se colocarán 5 muppies digitales, donde se presentará la actividad turística de la ciudad. Las ubicaciones, consideradas puntos estratégicos, son: <i>Plaza de El Corte Inglés, Palacio de Congresos Europa, Centro Comercial Boulevard, Plaza Celedones de Oro y Estación de Autobuses</i>. Por política propia de Renfe no ha sido posible localizar un soporte en los accesos a la estación.</p> <p>El contenido se va a coordinar desde los servicios de <i>Congresos y Turismo y Proyectos, del Departamento de Promoción Económica</i>.</p> <p>Por el contrato de funcionamiento que tiene la empresa adjudicataria de la explotación de estos soportes, introduce un porcentaje de publicidad.</p> <p>El fin de estos soportes es dar a conocer la oferta turística y congresual no sólo a visitantes, sino también a la ciudadanía y así sensibilizarla en cuanto al valor del turismo: ocio y reactivación económica de la ciudad.</p> <p>Se irán comunicando nuevas acciones de comunicación, conforme se vayan desarrollando.</p>
2.2.	AYUDAS <p><i>Javier Estebaranz</i> presenta:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ayudas extraordinarias para apoyar sector turístico de la pequeña y mediana empresa.<p>100.000€ destinos a más de 10 IAEs asociados al sector turístico. En periodo de resolución. Previsión: finales de junio – principios de julio.</p>• Ayudas destinadas a la captación y difusión de eventos.<p>Bases aún por definir. Se espera que sean ordinarias y que su publicación se realice en septiembre. Cuantía: 100.000€</p><ol style="list-style-type: none">1. línea: Captación de eventos de ciudad2. línea: Difusión de eventos de ciudad pero que se difundan a nivel internacional.



2.3.

CAMPAÑA PUBLICITARIA

Javier Estebaranz informa sobre la campaña publicitaria llevada a cabo del 26 de mayo al 11 de junio, con la empresa *Mediasal* (contrato público anual).

- Público:
 - › nacional y a las ciudades con conexiones aéreas también internacionales (Milán, Bérgamo y Colonia),
 - › potenciales turistas mayores de 25 años / clase media-alta
 - › interés: turismo verde, sostenibilidad
- Medios publicitarios:
 - › Online: Servicios de Google (*Ad Services, Dv360º*), Sam Media (empresa española puntera en publicidad online), Redes sociales: *Facebook, Instagram* y *Twitter* (la que mejor ha funcionado).
 - › Impresos: *El Viajero, El País*
 - › Híbrida: Editorial *Conde Nast, Fortune, The Traveller...*
- Gasto:
 - › menos de 25.000€. Logros publicitarios en base a logros.
 - › Programática online: 15.000€
 - › Híbrida: 6.000€
- Resultados: positivos.
 - › 18 millones de impresiones
 - › Más de 35.000 clicks
 - › CTR del 0,2%
 - › Mejor día de toda la campaña: 4 de junio, viernes.
 - › En plano internacional, mejores resultados en Italia.

2.4.

PRODUCTO Y PROMOCIÓN

Clara Navas aclara que en este momento nos hemos centrado en **productos** de naturaleza. En *Fitur* se presentaron:

- **Guía profesional de actividades outdoor**
 - › abarca 19 posibilidades de ocio y deporte, también para público final.
 - › editada on y off line.
- **Vitoria-Gasteiz Gravel Land**
 - › 8 rutas orientadas a bicicletas Gravel por Vitoria-Gasteiz y alrededores.
- **Walking & Running** (Proyecto www.walkingandrinning.es)
 - › desarrollo de rutas recomendadas con puntos de partida cercanos a alojamientos de la ciudad.
 - › posibilidad de descargar rutas en Wikiloc.

Además, de la mano de las empresas de guías de la ciudad, se han puesto en valor productos atractivos ya existentes. Igualmente se han creado propuestas de visitas y rutas guiadas culturales e histórico-artísticas que han servido para incentivar el consumo turístico.

De enero a junio, programadas más de 628 visitas –con protocolo Covid-, con una recepción muy alta. Tendrán continuidad en la campaña de verano.



Desde que se levantó el estado de alarma y con la mejora del escenario Covid, han aumentado las consultas y visitas a la Oficina de Turismo, vía telefónica y online.

En cuanto a **promoción**, los destinatarios coinciden con nuestros mercados prioritarios (conexiones directas desde Vitoria-Gasteiz y Bilbao, así como Francia):

- Asistencia
 - › *ITB (Berlín)*: online en marzo
 - › *Fitur*, primera feria presencial.
 - › Otras *acciones* con *Gobierno Vasco* de manera telemática.
- Previsión:
 - › asistencia a 7 ferias nacionales e internacionales
 - › solicitados 10 viajes de prensa y de agentes (último trimestre de 2021)
- TURIUM:
 - › Pertenencia de Vitoria-Gasteiz a este club público-privado (participan: *Vocento, OMS, Segittur, El Corte Inglés, etc.*), que promueve el turismo de excelencia y sostenible.
 - › Fin: lograr notoriedad y repercusión a través de los soportes del grupo *Vocento*, además de ser otro canal de comunicación que de otra forma sería complicado.
 - › Partida presupuestaria: menos de 20.000€.

Maidor Etxebarria expone otro tema de reactivación económica que se está llevando a cabo vinculado a la cultura:

- **Kultura Bizia**
 - › Trabajando desde el departamento el convenio con esta asociación, *Diputación Foral de Álava y Gobierno Vasco* para impulsar el *Iradier Arena* y poder traer grupos.
 - › Éxito en turismo nacional aunque sea en formato pequeño.
 - › Interactuación con otros mercados

También invita a que se trasladen nuevas iniciativas viables para poder sacarlas adelante.

Por último, recuerda el éxito del *I Foro de Cicloturismo*, en el Palacio de Congresos Europa, en formato semipresencial, con el presentador Paco Nadal.

3. RUEGOS Y PREGUNTAS

Se pasa al punto de ruegos y preguntas, con las participaciones de:

1. *Felipe García* de la **Diputación Foral de Álava** comenta que desde Diputación se está haciendo un esfuerzo especial en intentar captar turismo nacional. Además, solicita aclaración respecto a la cantidad de viajes de prensa y familiarización.
Han trabajado con más de 350 empresas exponiéndoles el potencial turístico del territorio. En octubre culminarán dicho esfuerzo con un fam trip para 15-20 de esas empresas. Solicita que, en caso de que en Ayuntamiento aún no estén determinados los asistentes a esos fam trips, se tenga en cuenta a alguna de las empresas que han participado en su campaña.



› *Maidor Etxebarria* responde que los fam trips han sido solicitados a la *Consejería* y a *Turespaña*. Se verá la posibilidad de introducir a las empresas que solicita, pero vienen determinados por la línea del *Ministerio*.

En cuanto a la nueva convocatoria de ayudas de captación y difusión de eventos, pregunta si la convocatoria estará acotada y si se van a tener en cuenta las iniciativas que van surgiendo a posteriori.

› *Maidor Etxebarria* aclara que la línea de ayudas irá destinada a empresas locales de Vitoria-Gasteiz y que se está estudiando el efecto retroactivo de las mismas.

Maidor Etxebarria aprovecha para agradecer a Diputación la ayuda proporcionada y haber incluido al Ayuntamiento en su campaña "Ven a viajar".

2. *Susana Conde*, de **ATRAE**, agencia de receptivos de Euskadi, echa en falta la participación de receptivos locales en los fam trips realizados. Por ello, ofrecen sus servicios para que se cuente con ellos en estas acciones, ya que es positivo tanto para ellos como para el destino.

› *Clara Navas* comparte la importancia de que las empresas locales participen y aclara que se ha venido haciendo. De todas formas, se les tendrá en cuenta para que en los próximos puedan servir para redundar en beneficio de las empresas locales.

En otras ocasiones, es Basquetour quien organiza este tipo de viajes. Se trasladará a la agencia vasca de turismo la aportación realizada por *Susana Conde*.

Se termina la sesión agradeciendo la asistencia e indicando la posibilidad de consultas y aportaciones cuando se desee.

Se concluye la reunión a las 9:45 h.