

Gorbeialde

Landa Garapenerako Alkartea
Asociación de Desarrollo Rural



II. MESA DE TURISMO II. TURISMO MAHAIA

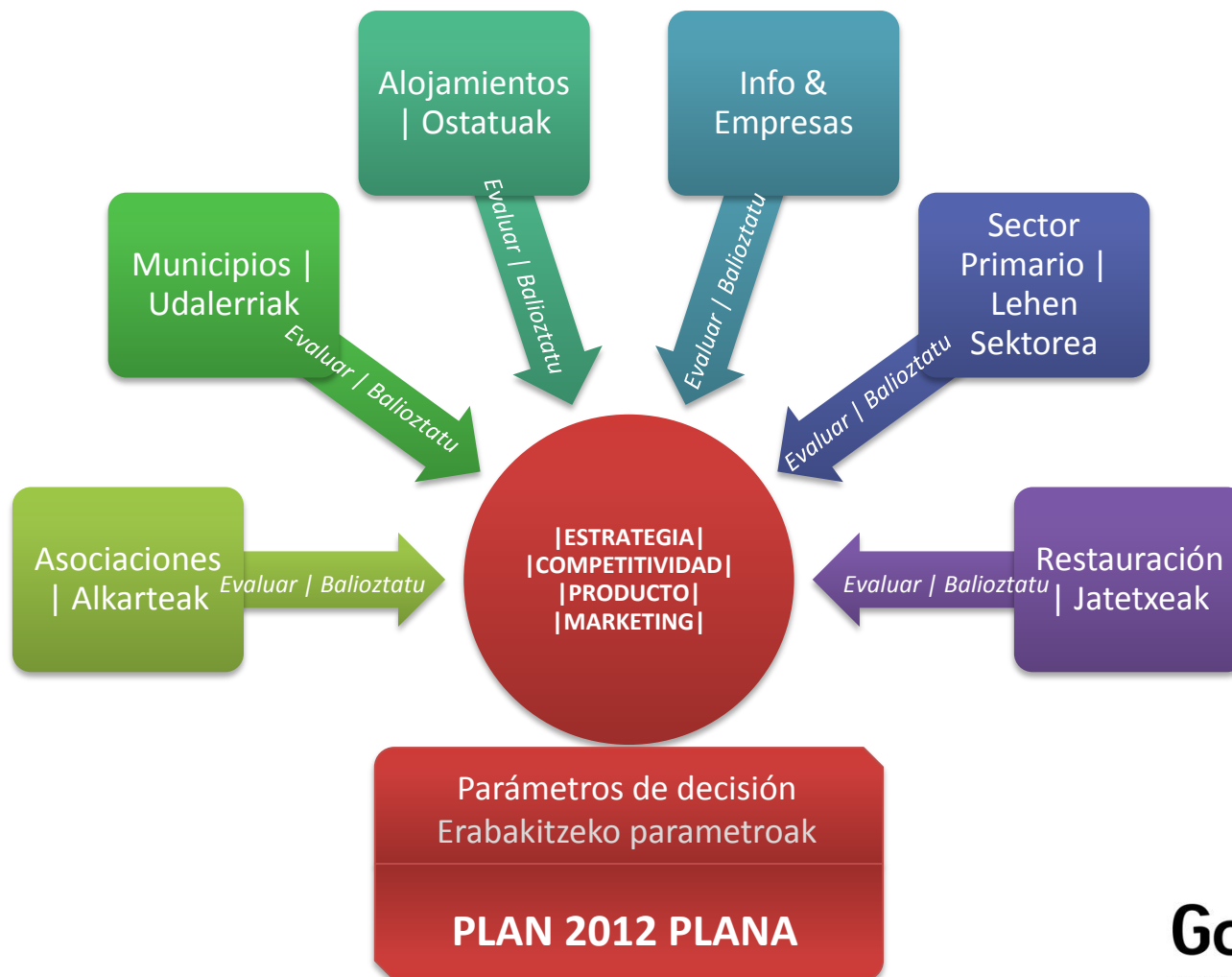
2012ko urtarrilaren 31 | Areatza | 31 de enero de 2012

Resumen Laburpena

- Mesas Subsectoriales | Mahai Azpisektorialak
- Cronograma Subsectorial | Egutegi Azpisektoriala
- Presupuesto 2012 | 2012ko aurrekontua
- OTS-MAR Timeline FEB-MAR
- PREMIO FITUR | FITUR SARIA

Mesas Subsectoriales Mahai Azpisektorialak

Objetivo
Helburua



Mesas Subsectoriales Mahai Azpisektorialak

Metodología Metodologia

Propuestas Proposamenak

Gorbeialde

Landa Garapenerako Alkartea
Asociación de Desarrollo Rural

ESTRATEGIA
ESTRATEGIA

Área a evaluar
Balioztatzeko gaia

Por favor, responde teniendo en cuenta que 1 es "muy de acuerdo" y 5 "totalmente desacuerdo" Mesedez, erantsuna eman jakinda 1 "guztiz ados" eta 5 "guztiz kontra" esan nahi duela	1	2	3	4	5
Son necesarios los planes estratégicos para Gorbeialdea Zein neurritan beharrezkoa da planigintza estrategikoa Gorbeialdeareantzat					
Se cuenta con suficiente personal para el desarrollo turístico de la zona Beharrezko pertsonala dago eskualdean turismoa ondo garatzeko					
Necesitamos planes de producto turístico específicos Produktu turistikoko plan bereziak ditugu					
Los agentes privados y asociativos son parte de la estrategia del destino Enpresa pribatuak eta elkarteak plangintza estrategikoan murgilduta daude					
Necesitamos un plan de marketing operativo Marketin plan dinamikoa beharrezkoa dugu					
Se observan resultados del posicionamiento del destino Eskualdearen posizionatzearen emaitzak ikusten dira		X			
Necesitamos planes de competitividad para el destino Beharrezkoa da eskualdeko lehiakortasunerako plangintza egitea					

Valoración cuantitativa
Balorazio kuantitatiboa

Concepto a evaluar
Balioztatzeko kontzeptua

Parámetro cuantitativo
Parametro kuantitatiboa

Mesas Subsectoriales Mahai Azpisektorialak

1,58

Asociaciones
Alkartekak



Mesas Subsectoriales Mahai Azpisektorialak

2,38

Municipios
Udalerriak



Mesas Subsectoriales Mahai Azpisektorialak

2,10

Alojamientos
Ostatuak



Mesas Subsectoriales

Mahai Azpisektorialak

1,50

Info & Empres.
Info & Enpres.



Mesas Subsectoriales Mahai Azpisektorialak

1,99

Sector Prim.
1. sektorea



Mesas Subsectoriales Mahai Azpisektorialak

Restaurantes
Jatetxeak



Mesas Subsectoriales

Mahai Azpisektorialak

1,91

GENERAL
OROKORRA



Cronograma Subsectorial

Egutegi azpisektoriala

Necesidades
generales
Beharrezko
baldintzak



1. Captación de más agentes | Agente gehiago batu

2. Recoger más propuestas específicas |
Proposamen espezifikiko gehiago bildu



3. Reunir II. Mesas Subsectoriales
| II. Mahai Azpisektorialak batzartu

Cronograma Subsectorial

Egutegi azpisektoriala

II. MESA
SUBSECTORIAL
II. MAHAI
AZPISEKTORIALA

Sector 1º |
1. Sektorea

Otsailak 14
Febrero
11:30 H

Alojamientos
| Ostatuak

Otsailak 16
Febrero
16:00 H

Asociaciones
| Alkartek

Otsailak 20
Febrero
16:00 H

Info &
Empresa

Otsailak 29
Febrero
10:00 H

Municipios |
Udalerrriak

Martxoak 6
Marzo
16:30 H

Restaurante
s | Jatetxeak

Sin definir* |
Zehaztu barik*

Presupuesto 2012

2012 aurrekontua

PARAMETROS DECISIÓN

ERABAKITZEKO PARAMETROAK

NECESIDAD DE ESTRATEGIA	1,47
VALORACION DE ESTRATEGIA	3,11
ESTRATEGIA	MEDIA SUBTOTAL
e NECESIDAD PLANES ESTRATEGICOS	1,17
e SE CUENTA CON PERSONAL SUFICIENTE	3,67
e NECESIDAD PLANES DE PRODUCTO	1,17
AGENTES PARTICIPE ESTRATEGIA	3,01
NECESIDAD PLAN MARKETING OPERATIVO	1,43
e POSICIONAMIENTO DESTINO	3,59
NECESIDAD PLANES DE COMPETITIVIDAD	1,73
e DESTINO COMPETITIVO	3,63
NECESIDAD HERRAMIENTAS MEDICION	1,84
IMPORTANCIA TURISMO Y DESARROLLO TERRITORIAL	1,64

VALORACION DE COMPETITIVIDAD	3,15
COMPETITIVIDAD	MEDIA SUBTOTAL
c PARTICIPACION EN CALIDAD	3,39
CONOCIMIENTO GRADO SATISFACCION	2,23
GESTION INTERNA OPTIMA	2,86
c GRADO CONCIENCIA ACCESIBILIDAD	3,47
c GRADO DE TECNOLOGIZACION ADECUADO	3,35
AGENTES CREATIVOS	2,42
c AGENTES COOPERATIVOS	3,80
AGENTES EMPRENDEDORES	3,03
c GRADO FORMATIVO EN TURISMO	3,67
DESTINO REFERENTE	3,30

NECESIDAD DE PRODUCTO	1,41
VALORACION DE PRODUCTO	2,15
PRODUCTO	MEDIA SUBTOTAL
GORBEIA CENTRAL PARK ADECUADO	2,16
DESTINO CON RECURSOS/INFRAESTRUCTURAS	2,68
p NECESIDAD PRODUCTO NATURALEZA	1,25
p NECESIDAD PRODUCTO GASTRONOMIA	1,23
p NECESIDAD PRODUCTO CULTURA	1,19
NECESIDAD PRODUCTO MICE	1,60
p NECESIDAD PRODUCTO TOURING	1,48
p NECESIDAD AGENTES EN CREACION PRODUCTO	1,27
NECESIDAD COLABORACION INTER DESTINOS	1,84
CLUBES DE PRODUCTO UNION SUBSECTORES	1,61

NECESIDAD DE MARKETING	1,71
VALORACION DE MARKETING	2,98
MARKETING	MEDIA SUBTOTAL
IMAGEN CLARA Y ATRACTIVA	2,50
m MARCA POSICIONADA	3,35
MATERIALES CLAROS Y ATRACTIVOS	2,51
m NECESIDAD PROMO EXTERIOR	1,46
m NECESIDAD CANALES DE DISTRIBUCION	1,53
m HERRAMIENTAS VENTA ADECUADAS	3,93
DESTINO POSICIONADO ONLINE	2,38
ACCIONES DE COMUNICACION	2,64
m EXISTENCIA HERRAMIENTAS COMUNICACION ENTRE AGENTES	3,57
NECESIDAD COLABORACION EXTERNA	2,13

Presupuesto 2012

2012 aurrekontua

PRESUPUESTO ESTRATEGIA ESTRATEGIA AURREKONTUA

NECESIDAD DE ESTRATEGIA	1,47
VALORACION DE ESTRATEGIA	3,11
ESTRATEGIA	MEDIA SUBTOTAL
NECESIDAD PLANES ESTRATEGICOS	1,17
SE CUENTA CON PERSONAL SUFICIENTE	3,67
NECESIDAD PLANES DE PRODUCTO	1,17
AGENTES PARTICIPES ESTRATEGIA	3,01
NECESIDAD PLAN MARKETING OPERATIVO	1,43
POSICIONAMIENTO DESTINO	3,59
NECESIDAD PLANES DE COMPETITIVIDAD	1,73
DESTINO COMPETITIVO	3,63
NECESIDAD HERRAMIENTAS MEDICION	1,84
IMPORTANCIA TURISMO Y DESARROLLO TERRITORIAL	1,64

ESTRATEGIA			GASTO			
	HORAS		BASQUETOURL	GORBEIALDE	COSTE/UNID	TOTAL
PERSONAL	TECNICO GESTOR	e		1.750		33.493,89
	Area de estrategia			760		
	Area de competitividad			240		
	Area de producto			350		
	Area de marketing			400		
	Gastos de gestión (dietas)					3.500,00
DESARROLLO TERRITORIAL				400		
	2 Mesas de Turismo	80				
	2 Mesas Institucional	80				
	5 Mesas Subsectoriales	160				
	2 Grupos de Trabajo	80				
PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA				120		
	Plan Estratégico	120				
	ACTUACIONES					
	Acción A		0			
	Acción B		0			
COOPERACIÓN TERRITORIAL				120		
	Plan de Cooperación	120				
	ACTUACIONES					
	Acción A		0			
OBSERVATORIO TURÍSTICO				120		
	Plan Estadístico	120				
	ACTUACIONES					
	Acción A		0			
TOTAL ESTRATEGIA				760		36.993,89

Presupuesto 2012

2012 aurrekontua

PRESUPUESTO
COMPETITIVIDAD
LEHIAKORTASUN
AURREKONTUA

VALORACION DE COMPETITIVIDAD	3,15
-------------------------------------	-------------

COMPETITIVIDAD	MEDIA SUBTOTAL
PARTICIPACION EN CALIDAD	3,39
CONOCIMIENTO GRADO SATISFACCION	2,23
GESTION INTERNA OPTIMA	2,86
GRADO CONCIENCIA ACCESIBILIDAD	3,47
GRADO DE TECNOLOGIZACION ADECUADO	3,35
AGENTES CREATIVOS	2,42
AGENTES COOPERATIVOS	3,80
AGENTES EMPRENDEDORES	3,03
GRADO FORMATIVO EN TURISMO	3,67
DESTINO REFERENTE	3,30

COMPETITIVIDAD ^e		GASTO				
		HORAS	BASQUETOURL	GORBEIALDE	COSTE/UNID	TOTAL
PERSONAL			440		22,50 €	9.900,00
	Técnico competitividad ^e	440		0		
	Técnico gestor	240	0	240		
FORMACIÓN ^C						
	Programa Anfitriones		40	0		
	Cultura del detalle 1	20				
	Cultura del detalle 2	20				
	Gorbeia ezagutu					2.000,00
	Viaje Técnico					12.500,00
CALIDAD						
	Programa BBPP SICTED ^C		400	0		
	Grupo mín: 15	300				
	Grupo Orozko: 4 ^C	80				
	Grupo Nekatur: 1	20				
INNOVACIÓN						
	Programa BBPP					
	Tecnologización	0	0	0		
	Barnetegi Tecnológico ^C	20	0	20		
DESARROLLO EMPRESARIAL						
	Asesoramiento empresas turísticas	40	0	40		
	Asesoramiento 9 Ayuntamientos	180	0	180		
TOTAL COMPETITIVIDAD				240		24.400,00



Presupuesto 2012

2012 aurrekontua

PRESUPUESTO PRODUCTO

PRODUKTU AURREKONTUA

NECESIDAD DE PRODUCTO	1,41
VALORACION DE PRODUCTO	2,15
PRODUCTO	MEDIA SUBTOTAL
GORBEIA CENTRAL PARK ADECUADO	2,16
DESTINO CON RECURSOS/INFRAESTRUCTURAS	2,68
NECESIDAD PRODUCTO NATURALEZA	1,25
NECESIDAD PRODUCTO GASTRONOMIA	1,23
NECESIDAD PRODUCTO CULTURA	1,19
NECESIDAD PRODUCTO MICE	1,60
NECESIDAD PRODUCTO TOURING	1,48
NECESIDAD AGENTES EN CREACION PRODUCTO	1,27
NECESIDAD COLABORACION INTER DESTINOS	1,84
CLUBES DE PRODUCTO UNION SUBSECTORES	1,61

PRODUCTO	HORAS	GASTO			TOTAL
		BASQUETOURL	GORBEIALDE	COSTE/UNID	
PERSONAL		1.590	0	22,50	35.775,00
Técnico producto	1.590				
Técnico gestor	0	350			
GASTRONOMIA		900	0		
Plan Eno-gastronómico	900				
ACTUACIONES					
Acciones gastronomía					8.500,00
EXPERIENCIAS		0	350		
Plan Experiencias	350				
ACTUACIONES					
Acciones experiencias					3.575,00
PLAYGROUND		170	0		
Plan Playground	170				
ACTUACIONES					
Acciones playground					1.690,00
CIRCUITOS		120	0		
Plan Circuitos	120				
ACTUACIONES					
Acciones circuitos					1.235,00
NATURALEZA		200	0		
Plan Senderismo	200				
ACTUACIONES					
Acciones naturaleza					2.000,00
CULTURA		100	0		
Plan Cultura	100				
ACTUACIONES					
Acciones cultura					1.000,00
MICE		100	0		
Plan MICE	100				
ACTUACIONES					
Acciones MICE					1.000,00
TOTAL PRODUCTO			350		54.775,00








Presupuesto 2012

2012 aurrekontua

PRESUPUESTO MARKETING

MARKETING AURREKONTUA

NECESIDAD DE MARKETING	1,71
VALORACION DE MARKETING	2,98
MARKETING	MEDIA SUBTOTAL
IMAGEN CLARA Y ATRACTIVA	2,50
MARCA POSICIONADA	3,35
MATERIALES CLAROS Y ATRACTIVOS	2,51
NECESIDAD PROMO EXTERIOR	1,46
NECESIDAD CANALES DE DISTRIBUCION	1,53
HERRAMIENTAS VENTA ADECUADAS	3,93
DESTINO POSICIONADO ONLINE	2,38
ACCIONES DE COMUNICACION	2,64
EXISTENCIA HERRAMIENTAS COMUNICACION ENTRE AGENTES	3,57
NECESIDAD COLABORACION EXTERNA	2,13

MARKETING		HORAS	GASTO			TOTAL
			BASQUETOURL	GORBEIALDE	COSTE/UNID	
PERSONAL	Centros de Información Turística Técnico gestor		0	0		10.000,00
PROMOCION	Plan Marketing ACTUACIONES  	100	0	100		
	Acciones de Promoción					12.000,00
	Acción Paralela					0,00
COMUNICACIÓN	Plan Comunicación ACTUACIONES 	100	0	100		
	Fam press					3.000,00
	Comunicación					3.000,00
COMERCIALIZACIÓN	Plan Comercial ACTUACIONES  	100	0	100		
	Acciones de Comercialización					12.000,00
	Acción Paralela					
MERCADOS	Análisis de Mercados ACTUACIONES	100	0	100		
	Acción A					0,00
	Acción B					0,00
TOTAL MARKETING				400		40.000,00

Presupuesto 2012

2012 aurrekontua

PRESUPUESTO
GENERAL
AURREKONTU
OROKORRA

NECESIDAD DE ESTRATEGIA	1,47	→	TOTAL ESTRATEGIA	36.993,89
VALORACION DE ESTRATEGIA	3,11		TOTAL COMPETITIVIDAD	24.400,00
VALORACION DE COMPETITIVIDAD	3,15	→	TOTAL PRODUCTO	54.775,00
NECESIDAD DE PRODUCTO	1,41	→	TOTAL MARKETING	40.000,00
VALORACION DE PRODUCTO	2,15	→	TOTAL TURISMO 2012	156.168,89
NECESIDAD DE MARKETING	1,71	→		
VALORACION DE MARKETING	2,98			

INVERSION	
TOTAL TURISMO 2012	156.168,89
18% IVA s/119.175	21.451,50
TOTAL INVERSION	177.620,39

Timeline Feb-Mar

Ots-Mar. Timeline



otsaila febrero 2012

ASTURIANA ASTORIA	ASTURIATA ASTORIA	ASTURZENA ASTORIA	ASTURIA ASTORIA	OSTRALA OSTIA	LAPURDIA LAPURDIA	IBARRA IBARRA
		1	2	3	4	5
6	7 ^o	8	9	10	11	12
13	14 ^c	15	16	17	18	19
20	21 [*]	22	23	24	25	26
27	28	29				

martxo marzo 2012

ASTURIANA ASTORIA	ASTURIATA ASTORIA	ASTURZENA ASTORIA	IBARRA IBARRA	IBARRA IBARRA	LAPURDIA LAPURDIA	IBARRA IBARRA
			1 [']	2	3	4
5	6	7	8 ^o	9	10	11
12	13	14	15 ^c	16	17	18
19	20	21	22 [*]	23	24	25
26	27	28	29	30 [']	31	

III. Mesa de Turismo | III. Turismo Mahaia _____

Reunión con representantes | Ordezkariekin bilerak _____

PREMIO FITUR FITUR SARIA

GANADORES
PREMIO FITUR

FITUR-eko SARIKO
IRABAZLEAK


Gorbeia
central park

Zorionak!



Eskerrik asko

Por favor, responde teniendo en cuenta que 1 es “muy de acuerdo” y “totalmente desacuerdo” Mesedez, erantsuna eman jakinda 1 “gutziz ados” eta 5 “gutziz kontra” esan nahi duela	1	2	3	4	5
La Mesa de Turismo ha servido para aumentar el conocimiento sobre el turismo Turismo Mahaiak turismo inguruko ezagupenak lortzeko baliagarria izan zaizu					
La Mesa de Turismo resulta práctica y resolutive Turismo Mahaia erabakitzailea eta praktikoa izan da					
Se transmite la suficiente información para la toma de decisiones Erabakiak hartzeko informazio nahikoa ematen da					
La documentación aportada ayuda al representante Jasotako dokumentuak lagungarria da ordezkariarentzat					
Se ha dado la suficiente comunicación entre los agentes integrantes Ordezkarien arteko harremanak eta komunikazioa nahikoa izan da					
El contenido de la Mesa de Turismo te ha resultado de interés Turismo Mahairen gaiak interesgarriak iruditu zaizkizu					
¿Qué cambiarías/ aportarías de cara a la siguiente Mesa de Turismo? Zer aldatu/erantsi nahiko zenuke hurrengo Turismo Mahaiari begira?					

Gorbeialde

Landa Garapenerako Alkartea
Asociación de Desarrollo Rural



II. MESA DE TURISMO

II. TURISMO MAHAIA