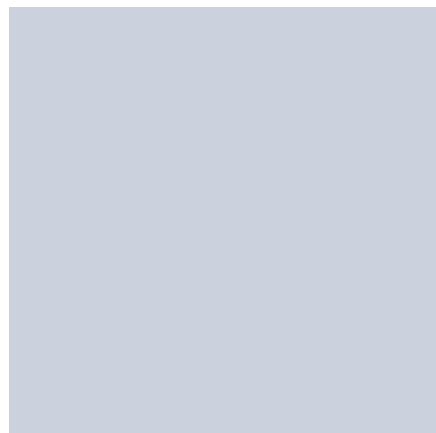


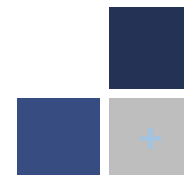


Bergarako Turismo Plan Estrategikoa 2022-2025

II. Fasea: Fase Estrategikoa eta
Operazionala

Aurkibidea

■ Aurrekariak	3
■ Turismo-sistema: helmugaren zehaztapena	7
■ Bergarako estrategia turistikoaren funtsezko elementuak	9
■ Formulazio estrategikoa	13
■ Helburu estrategikoak	18
■ Programa estrategikoa	20
■ Plan Operazionala	22
■ 1. ardatza	26
■ 2. ardatza	34
■ 3. ardatza	43
■ 4. ardatza	58
■ 5. ardatza	69



1. Aurrekariak



Beste behin ere aipatu behar da Turismo Plan hau COVID-19ak markatutako garai batean idatzi dela, turismo-industrian izan duen inpaktuarekin. Hori dela eta, ekintzak gauzatzeko protokoloak eta gomendioak abiarazi behar dira, nola turistentzat hala hartzaileentzat beharrezkoak diren segurtasun-neurri guztiekin.

Turismo Plan bat idazteak proiektu honen hasieran onartu zen prozesu metodologiko bat gauzatzea dakar berekin; prozesu hori hiru zatitan banatzen da: diagnostiko-etapa, formulazio estrategikoaren etapa eta etapa operatiboa.



Dokumentu honek Bergarako 2022-2025 aldirako Estrategia eta Eragiketa Plana jasotzen ditu. Plan horrek, Diagnostikoari buruzko dokumentuarekin batera, Bergarako Turismo Plan Estrategikoaren edukia osatzen du, eta atal honetan honako hauetan oinarrituta dago:

III. fasea:
HAUSNARKETA, PARTE-
HARTZEA ETA
FORMULAZIO
ESTRATEGIKOA

IV. fasea:
PLAN
OPERAZIONALA
BETEARAZTEA
2022-2025 ALDIAN

V. fasea:
EKINTZA PLANA
DEFINITZEA

Diagnostikoaren faseak aukera eman digu identifikatzeko, alde batetik, Bergararen ezaugarri nagusiak, ikuspuntu turistikotik (indarguneak eta ahuleziak), eta, bestetik, aldatzeko aukerak eta erronka berriak, etengabe aldatzen ari den eta COVID-19ak sortutako egoeraren ondorioz epe ertainean erabat baldintzatuta egoten jarraituko duen egoera turistikoa baten aurrean.

Bestalde, eta Basquetourrek sustatu eta gidatutako Euskadiko turismo-antolamenduari erantzunez, Plana esparru publiko eta pribatuaren, landa- eta hiri-eremuen ingurune eta errealtateetan eta barne- eta kanpo-baldintzatzaileen antolaketa-testuingurura egokituta dago, bai eta udalerraren eta eskualdearen arteko harremanen testuingurura ere, eta, egindako hausnarketa estrategikoan oinarrituta, Bergarako egokiena iruditzen zaigun turismo-garapen jasangarriaren eredua zehazten du.

Garapen-prozesu hori nahi den etorkizuneko agertokiaren ikuspegi partekatuarekin hasi behar da. Horren bidez, epe ertain eta luzera Bergarako turismo-sistema bere ahalmenarekin **koherentziaz egokitzea ahalbidetu behar duten neurrien multzo bat lehenetsiko da, eskualde-ingurunean integratuta, merkatuaren eskakizun eta baldintza berrietara bideratuta, eta udalerriko turismoaren balio-katean inplikaturako eragileentzako onurak lortzen direla zainduta**, betiere turismoaren garapen jasangarriaren hiru alderdietan oinarrituta: soziokulturala, ekonomikoa eta ingurumenekoa.

Berriro diogu sektore publikoak eta pribatuak ezinbestean atzeman behar dutela zein garrantzitsua den turismo-helmugaren eraketan parte hartzea, ikuspegi orokor batetik, beren jardueratik haratago; izan ere, Bergarak gabezia handiak ditu horri dagokionez, Diagnostikoaren atalean agerian geratu den bezala.

1.1. Lehiakortasun abantailak eta faktore kritikoak

Diagnostikoaren atal labur bat helarazi nahi izan da, formulazio estrategikorako abiapuntu gisa, garatutako hausnarketa-prozesua eta horren ondoriozko eragiketa-plana ulertu ahal izateko.

Laburpen hau **lehiakortasun-abantailetan eta faktore kritikoetan** banatzen da:

LEHIAKORTASUN-ABANTAILAK: **helmugaren ezaugarri positiboak** dira, turismo-produktua –eta, azken batean, helmugaren turismo-kokapen orokorra– sortzeko eta segmentatzeko funts-funtsezkoak direnak.

FAKTORE KRITIKOAK: **turismo-jarduerak helmugaren balio-katean dituen ahuleziak** dira, produktuen garapenean aurrera egitea oztopatzen dutenak, bai eta helmuga jasangarria, lehiakorra eta kalitatezkoa eratzeko beharrezkoak diren beste alderdi batzuetan ere.

Horren ildotik, Bergarak duela urte batzuez geroztik hona turismo-arloa bat du, baina aipatzekoa da arlo horretan egindako aurrerapena ez dela nahikoa. Laboratorium museoaren eta Turismo Bulegoaren artean bereizketarik ez egotea –are gehiago, kasu batzuetan kudeaketarik ere ez dago– mugatu egiten ditu horien funtzioak, erantzukizunak, turismo-foroetako parte-hartze aktiboa, jarduera hori barne- eta kanpo-mailan bistartzea eta, azken batean, turismoa udalerrian aberastasuna eta enplegua sortzeko ahalmena duen jarduera ekonomiko garrantzitsutzat hartzea.

Gure ustez, egoera horrek eragina izan du sektoreak Turismo Plan honetan parte hartzeari dagokionez (izan ere, oso ordezkartza txikia izan du sektoreak).



Bergararen lehiakortasun-abantailak:

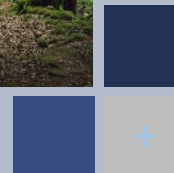
- ❑ Ondare interesgarria; batetik, ondasun arkeologikoak, erlijio-eraikinak eta eraikin zibilak; eta bestetik industria-jarduerarekin lotutako lekukotasun berriagoak.
- ❑ Natura-ondare nabarmena.
- ❑ Bergaran gertakari historiko aipagarriak izan dira, hala nola Bergarako besarkada edo hitzarmena.
- ❑ Euskalerrriaren Adiskideen Elkarteak Bergaran sortu zen. Hezkuntzaren eta ikerketa zientifikoaren arloko eragile berritzaile eta entzutetsu hark utzitako ondarea garrantzitsua da eta Laboratorium Museoa dago erakusgai gaur egun.
- ❑ *European Physical Society (EPS) Historic Site* elkarteak izendatua.
- ❑ Kokapen pribilegiatua duenez eta kalitatezko bide-sare batekin lotuta dagoenez, turistek hurbileko beste helmuga batzuk bisitatzeko epizentro gisa aukeratu ohi dute Bergara.

Bergarako faktore kritikoak:

- ❑ Bergarako turismo-egitura ahula da, erronka handiak izanik sektore pribatuarekiko produktu, sustapen, harreman eta hurbiltasuneko ekintzak behar dituen kudeaketa turistikoaren aurrean.
- ❑ Eragile publikoen arteko harremanik eza eta lankidetzatza publiko-pribatuen arteko harreman falta.
- ❑ Udalerriko, eskualdeko eta, oro har, Euskadiko turismo-errealitatea ez du ezagutzen udalerrriak.
- ❑ Udalerriko monumentu-ondarearen zati handi bat ezin da bisitatu, eta, beraz, eraikinen kanpoalderako ibilbideen eta bisita gidatuen erakargarritasuna eta edukia mugatuak dira.
- ❑ Natura-eskaintza ez da behar bezainbeste bistaratzen eta integratzen turismo-jardueran.
- ❑ Industria-jarduera ez dago turismoaren balio-katean sartuta.



2. Turismo-sistema: helmugaren zehaztapena

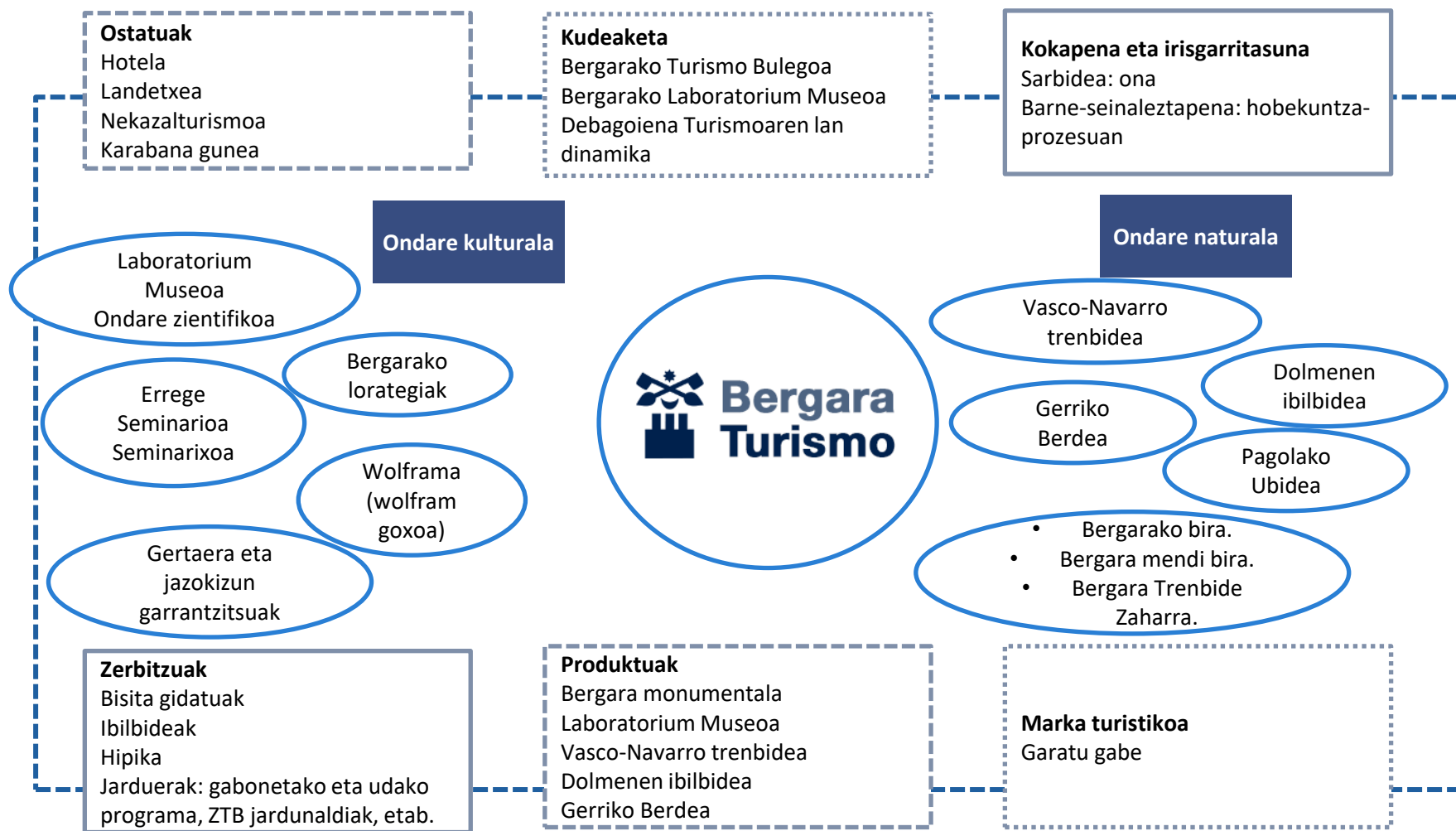




2. Turismo-sistema: helmugaren zehaztapena

Jarraian aurkezten diren koadroetan Bergarako turismo-sistemaren osagaien egoera eta horien guztien antolakuntza daude laburbilduta, eta, halaber, turismo-helmugaren heldutasun-maila ere erakusten dira.

Osagaien lotura-lerro jarraituek esan nahi dute turismo-helmuga helduago dagoela; lerro etenek, ordea, heldutasun txikiagokoa dela; eta lerrorik ezak, azkenik, turismo-helmuga ahulagoa dela adierazten dute.



3. Bergarako estrategia turistikoaren funtsezko elementuak

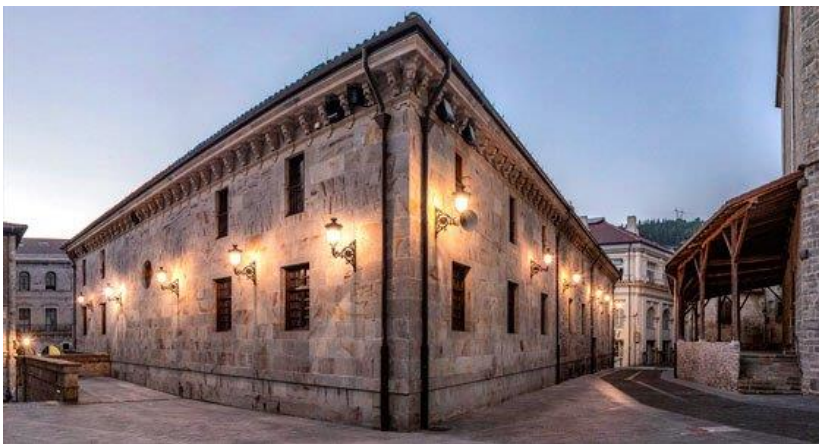


3. Bergarako estrategia turistikoaren funtsezko elementuak

3.1 Lehiakortasuna

Euskadiko Lehiakortasun Foroaren arabera, berrikuntza, alegia, «produktu, prozesu edo zerbitzu berri edo hobetuei aplikatutako ezagutza etengabe sortzea, eta merkatuak haiei aitorpena eta balioa ematea», lehiakortasunaren gakoa da.

Ezagutza da lehiakortasun-faktorea, eta sormena berrikuntza-faktorea, eta bi-biak dira funtsezkoak ekonomia berrian. Ondorioz, pertsonak dira eraldaketaren protagonista nagusiak, ezagutzaren eta sormenaren ekoizle eta erabiltzaile bakarrak direnez.



3.2 Jasangarritasuna

- Ondarearen interpretazioa ondarea kontserbatzeko, dinamizatzeko eta balioesteko tresnatzat hartzen da, eta beharrezkoa da jarduera sorta zabal batean sustatzea eta horietara egokitzea, esaterako, ingurumen-hezkuntzan, turismo zientifikoan eta naturako turismo antolatu, estandarizatu; hala ere, azken urteetan esperientzia-eskaintzarako joera izan du.
- Bada kontsumitzaile-segmentu bat, estatukoa zein nazioartekoa, ondare hori ezagutzeko eta horretaz gozatzeko sentsibiltate eta interes handia duena; baina beharrezkoa da eskaintzan egin beharreko hobekuntzak egitea, profesionalak eta produktuak eskariaren premietara eta motibazioetara egokitu daitezen.
- Beste alde batetik, egungo eskariak jada ez ditu onartzen naturaguneak eta landa-eremuak bisitatzeko jasangarriak ez diren ekimenak, eta, horregatik, beharrezkoa da espazio horiek erabilera publikoko egitura eguneratuz zuzkitzea, eta mugikortasun jasangarriko eskemak ematea, paisaian integratutako eraikuntzakoak, tokiko elikagaien sustapenekoak, bai eta turismoaren aztarna ekologikoa minimizatzeko eta bisitariarengan turismo-sentsazioetan aberatsagoa den egonaldi bat sortzeko beste edozein eskema ere.
- Klima-aldaketarekiko kezka gero eta handiagoa da, eta turismoak eta aisialdiak horri egiten dioten ekarpena dela eta, jarduera turistikoaren jasangarritasun-eskemak birpentsatu behar dira, izan ere, espazio berezi eta enblematikoetan egitekoak dira, alegia, naturaguneetan eta landa-paisaia babestuetan.
- Sareko lana eta ikerketa-, hezkuntza- eta turismo-jarduerak barne hartzen dituzten kudeaketa-ereduetan sakontzea. Sareko lana, eragileen arteko koordinazioa eta lurraldeen kudeaketa sinplifikatzea da natura-turismoan nabarmentzen hasi diren helmugen funtsezko erronketako bat.

3. Bergarako estrategia turistikoaren funtsezko elementuak

3.2 Jasangarritasuna

- Produktu mota horiek eskari-segmentuetan eta merkatu espezializatuenetan merkaturatzea konplexua da, eta beharrezkoa da eskaintza pixkanaka profesionalizatzea eta espezializatzea.
- Informazioaren teknologia berrietan oinarritutako sustapen- eta komunikazio-eskemak baliatzeak, hala nola 5.0 turismoa, sare sozialetako marketina eta merkaturatze-plataforma digitalak, helmuga turistikoetan tradizioa eta modernitatea lotzeko aukera eman dute, batez ere landa-eremuetan.



3.3 Autentikotasuna edo euskaltasuna

- Euskal bereizgarriak babestea, eta turismo-sektorean eraldaketaren eta merkaturatzearen inguruan egituratzea etorkizunean.
- Turismo-sektorearen eta landaguneetako egitura ekonomikoen lehiakortasuna handitzea, arreta berezia jarritz turismo-sektorean, nekazaritza-turismoan, landa-turismoan, nekazaritza ekologikoan, tokiko ekoizleen sektorean, kulturen, komunitatean, historian, musikan, hizkuntzan eta abarretan, merkatuaren eta lehiaren joeretara egokitzea sustatuz. Horren guztiaren helburu nagusia enplegua mantentzea eta sortzea izango da, tokiko biztanleen mesedetan.
- Administrazio eta erakunde publikoen arauak eta jarduerak integratzea, funtzionaltasunik eta koordinaziorik ezak ekidinez, orobat, tresnak koherenteagoak eta esku-hartzeak efikazagoak izatea, eta landagunearen eta hirigunearen artean interakzioa egotea ahalbidetzeko.
- Asoziazionismoa sustatuz, bai eta emakumeek eta gazteek prozesu turistiko eta ekonomikoetan parte hartzea eta sartzea ere.
- Landaguneetako euskal natura, historia, kultura eta hizkuntza ondarea berreskuratzea, babestea, garatzea eta ezagutaraztea.
- Udalerriko turismo-antolamendua hobetzea, espazioaren garapen arrazionalagoa, orekatuagoa eta lotura hobekoa bultzatuz.
- Hiri-, natura- eta landa-ingurunearen balioak hautematen dituen eta garapen turistikorako neurri egokiak ezartzen laguntzen duen kultura bultzatzea euskal jendartearen.



3.4 Erronkak

Bergarako Udalak Turismo Plan bat egin izanak jarduera hori garatu nahi duela uzten du agerian, turismoa udal-plangintzan sartuta.

Bergarak hainbat erronkari egin behar die aurre, turismo-helmugaren eraketan aurrera egiteko, ziurgabetasun-egoera batean eta gero eta turismo-helmuga lehiakide gehiagok baldintzatuta egonik; gainera, ibilbide luzea egin dute eskaintza sortzeko eta kultura- eta natura-ondareari balioa emateko, baliabide gehiago bideratu baitituzte horietara.

Bergarak, beraz, bere hazkunde-estrategia zehaztu beharko du, nahiz eta zaina den ingurune horretan bereiztea. Bergarak kokapen ona lortu behar du nola eskualde-mailan hala Debagoienetik haragoko beste helmuga bereizle eta osagarri batzuei dagokienez.

TURISMOAREN ARLOKO ERRONKA ESTRATEGIKOAK BERGARARAKO

Bergarak bere gaitasunen arabera turismo jasangarri eta lehiakor baten garapena landu behar du. Eta, ildo horretan, turismoa eta haren efektuak –bai positiboak bai negatiboak– sustatzeko dinamikak gomendio eta lan-ildo jakin batzuk dakartzate datozen urteetarako: 2022-2025:

1. erronka.

Turismo arloko funtzioen eta organigramaren mapa berria zehaztea, Herritarrak arloan integratuta.

2. erronka.

Turismo-arloko ibilbide-orri bat lehenestea eta adostea, Debagoienako eskualdeko turismo-estrategiarekin eta intereseko beste turismo-helmuga batzuekin koordinatuta, Gipuzkoako eta Euskadiko turismo-politiken arabera betiere. Horretarako, ezagutzan oinarritutako kudeaketa proposatzen da (jasotzen dituzten bisitariak buruzko daturik ez dagoela nabarmendu behar da).

3. erronka.

Helmugako balio-kate turistikoa osatzen duten eragile guztien harreman, lankidetzeta eta kooperazioko eredu batean aurrera egitea. Turismo sektore profesionala, lehiakorra eta konprometitu batekin elkarlanean.

4. erronka.

Erakundeen arteko harremanak eta sailen artekoak sendotzea, Bergarako eta inguruko turismoaren erronka berriei erantzuteko gai dutenak.

5. erronka.

Xede-bisitariak aukeratzea, eskaintzaren ahalmenaren arabera.

6. erronka.

Esperientzia-produktu batzuk diseinatzea, epe ertainera, kultura-ondarea balioesteari dagokionez Bergarak turismo-helmuga gisa dituen ahuleziak indargabetzeko. Udallerriaren identitatean oinarritutako turismo-eskaintza emozional eta irisgarri baten alde eginez betiere.

4. Formulazio estrategikoa



4. Formulazio estrategikoa

Formulazio estrategikoak beti izan ohi dira esku hartzeko proposamen konplexuak epe labur eta ertaineko agertokietarako, sistema ekonomiko, eragile eta elementu guztien arteko erlazioen azterketan oinarritua; azterketa horren xedea helmugan turismo-jardueraren kokapen eta finkapen jasangarrian aurrera egitea izango litzateke. Estrategia horrek honako hauek integratu behar ditu: batetik, turismo-produktuak garatzearen alde (betiere ahalmenaren araberrako lehenespen-maila bati jarraikiz) egiten jarraituko duen helmuga lehiakor bat garatzea ahalbidetuko diguten ekintza jakin batzuk; eta bestetik, kasu bakoitzean aztertu beharreko beste barne-eta kanpo-faktore batzuk. Hala, partaidetza- eta kudeaketa-plataformak sendotzen aurrera egingo genuke.

Jada adierazi dugun bezala, **formulazio estrategikoa egindako diagnostikoan eta bertan bildutako indargune eta lehentasunetan oinarrituta dago**, helmugaren ezaugarri diren **alderdi kritikoak alde batera utzi gabe**, horiei aurre egiteko identifikatutako ekintzekin.

Egungo agertokitik planaren estrategiarekin diseinatutako etorkizuneko agertokira aurrera egitea ahalbidetzen duten zubiek FORMULAZIO ESTRATEGIKO OROKOR bat eduki behar dute, zeina epe labur, ertain eta luzeko agertoki baterako esku-hartzeetarako proposamen egoki batean oinarrituta egongo baita. Denbora-muga 2025erako ezarrita dago, baina turismo-plangintzako plan guztiak bezala, irekia eta malgua izan behar da.

Planak esku hartzeko sistema bat du gobernantzaren eta kudeaketaren arloan, azpiegiturak eta hiri-espazioa hobetzeko, turismo-produktuak hobetu, garatu eta dinamizatzeko, udal-mailan turismo-komunikazioa gauzatzeko, turismo-eskualdearekin eta udalaz gaindiko beste administrazio batzuekin duen harremanari dagokionez. Turismoaren transbertsalitatea dela eta, udalaz gaindiko administrazioak, turismo-eskumenekoak izateaz gain, kulturarekin eta ondare historikoarekin, euskararekin, natura-ingurunearekin, ingurumenarekin, azpiegiturekin, hirigintzarekin, enpleguarekin, kirolarekin eta auzoetako departamentuarekin ere badute zerikusia.





4. Formulazio estrategikoa

Helburu estrategikoak eta horiek lortzeko proposatu diren ekintzak planteatzean, kontuan hartu da NBEk 2030 agendan ezarritako garapen jasangarrirako helburuei (GJH) jarraitzen diotela, Basquetour sustatzen ari den Euskadiko Turismoaren Kode Etikoan ezarritakoaren arabera. Formulazio honek Bergararen premiei eta itxaropenei erantzungo dien **ikuspegi berezi bat** izatea eskatzen du.

Era berean, **beste gune batzuk eta eskualde-ingurunea integratzea ere kontuan hartu behar da nahitaez, helmuga antolatzen eta hierarkizatzen laguntzen baitute**, betiere irizpide transbertsalei eta planteamenduen jasangarritasunari dagokienez.



Formulazio estrategikoak honako atal hauek ditu:





4.1. Formulazio estrategikoa: misioa eta bisioa

4.1.1 Misioa

MISIOAK zehatza eta argia izan behar du, baina, aldi berean, malgua, adostutako plan operatiboetara egokituz joateko. Plan horietako batzuek epe laburragoa dute, misioa zehazten duen epemugarekin alderatuta.

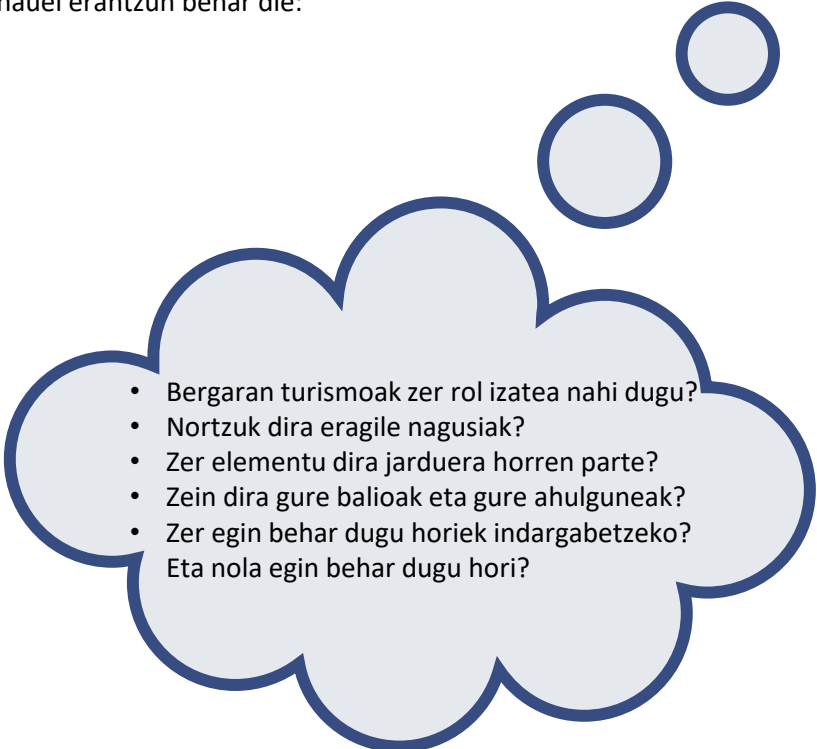
Lortu nahi dituen funtsezko helburuak eta esku hartzen duten eragileak identifikatu behar ditu.

Baterako lana izango da (hots, Bergarako Udalak turismo-sektorearekin lankidetzan aritu beharko du) turismo-jarduerak udalerrri osoan duen rola eta protagonismoa zehaztea, bai eta zer alderdi positibo eta ez hain positibo sor ditzakeen.

Bergararen egitekoa udalerrian turismo iraunkorraren garapena bultzatzea eta faboratzea izan behar da. Horrela, turismo-sektorearen lehiakortasuna hobetzea lortu nahi da, eta horrenbestez, xede den jendearentzat helmuga erakargarri bihurtzea, eta hori guztia nola helmugaren hala bertan lan egiten duten enpresen garapen iraunkorraren bidez.

Horrekin guztiarekin, udalerriko turismo-sektorea hobetzeaz gain, udalerriko bizi-kalitatea hobetuko duten enplegu eta aukera ekonomiko berriak ere sortu nahi dira.

Illo horretan, Bergarako turismoaren Misioan udalerrriak lortu nahi dituen funtsezko helburuak zehaztea proposatzen da, jarduera-sektore horren aldeko apustuaren bidez betiere; gainera, honako gai hauei erantzun behar die:

- 
- Bergaran turismoak zer rol izatea nahi dugu?
 - Nortzuk dira eragile nagusiak?
 - Zer elementu dira jarduera horren parte?
 - Zein dira gure balioak eta gure ahulguneak?
 - Zer egin behar dugu horiek indargabetzeko?
- Eta nola egin behar dugu hori?

4.1. Formulazio estrategikoa: misioa eta bisioa

4.1.2 Ikuspegia

Bestalde, Bergarak turismoaren arloan epe luzean izan nahi duenaren deskribapena eskaini nahi du **IKUSPEGI**ak. Abiapuntua udalerriaren egungo egoera nolakoa den eta zer izatera iritsi nahi duen deskribatzean datza, eskaintzen dituen gaitasunak eta aukerak kontuan hartuta betiere.

Dokumentu honetan proposatzen den **IKUSPEGI**aren bidez Bergara etorkizunean turismoaren ikuspegitik nola irudikatzen dugun ikusi nahi da. Erdietsi nahi den egoera da, eta, aldi berean, garrantzi handiko erabaki estrategikoa, inplikaturako eragileek onetsi beharrekoa.

Identifikaturako erronken eraginez Bergarako proposatzen den ikuspegia honako hau da:



Bergarako ikuspegia 2025

Bergarako Udalak turismoaren aldeko apustu garbia egiten du, udalerrian aberastasuna eta **enplegua sortzen duen jarduera ekonomikotzat hartuta.**

Balioan jarri ditu bere kultura- eta natura-baliabideak, turismo-orientazioa aurreikusten duten baliabideak, eta turismo-eskaintza zabaldu du, non balio eta berezitasun handiko kultura-ondarea nabarmentzen den.

Turismo-sektoreaz haraindi identifikaturako **eragile publiko eta pribatuen lankidetzaren bidez** garatzen da jarduera hori.

Turismo-sektoreak modu aktiboan laguntzen du udalerriko turismo-garapenean. Sektore profesional lehiakorra eta konprometitua da.

Mota jakin batzuetako bisitarien interesa bereganatzeko gai da, batez ere kulturak, jarduerak eta naturako lasaitasunak erakarritako bisitariena.

Bergara, **ondo komunikatuta eta konektatuta egonik** eta, horrenbestez, irisgarria izanik, **bisitariak hurbileko beste leku batzuk ezagutzeko aukeratu ohi duten epizentroa da.**

Eskualdeko eta eskualdez gailentzeko beste helmuga batzuekin, igoerarekin eta bisitari-hartzaileekin **lankidetzan lan egitea, eta elkarrekin egonaldi- eta bisita-programak diseinatu.**

Hurbileko merkatuentzat, gainera, **txangoetarako gune garrantzitsu bihurtu da.**

Turismo profesionala eta industriala balio-kate turistikoaren parte dira eta segmentu desestazionatzailea da.

5. Helburu estrategikoak





4. Helburu estrategikoak

1

Udalaren turismo-kudeaketa sustatzea, giza baliabideekin eta baliabide ekonomikoekin **adostutako eta konprometitutako ibilbide-orri batean oinarrituta**, eskualde-mailako ikuspegiarekin eta herritarren inplikazioarekin integratuta eta partekatuta.

2

Gune turistikoa hobetzea eta bertako kultura- eta natura-baliabideen balioa nabarmentzea.

3

Udalerriaren ahalmenari jarraikitzen dion eta **eskalara eginda dagoen turismo-eskaintza bat garatzea**.

4

Bergararen protagonismo handiagoa lortzea Euskadiko turismoaren egoeran eta merkatuan, produktu- eta sustapen-ekimen eraginkorrak garatuz.

5

Lehiakorra eta profesionala den eta eskarira bideratuta dagoen enpresa-sare turistiko baten garapena bultzatzea, Euskadiko Turismo Iraunkorraren Kode Etikoak ezarritako irizpideen arabera.



5. Programa estrategikoa





5. Programa estrategikoa

21

Planak esku hartzeko eskema bat du, 5 ardatzen arabera antolatua, eta ardatz horietako bakoitza hainbat programa, jarduera-ildo eta ekintzaz osatuta dago, deskribapen labur batekin, horien garapena errazte eta 2022-2025 aldirako Bergararako Turismoaren Ibilbide Orria markatze aldera.

Balio-kate turistikoan parte hartzen duten eragileen arteko beharrezko erlazioetan oinarritzen da, bai eta Bergarako turismo-sistema eta haren eskualde-ingurunea osatzen duten elementuetan ere, funtsezkoak izanik Plana garatzeko. Planaren ardatzak hauek dira:

1. Ardatza

Gobernantza, Plangintza, Antolakuntza eta Kudeaketa, egungo errealitatera eta atzemandako premietara egokitua, plana kudeatzeko eredu bat eta funtsezko eragileek bete beharreko zeregina biltzen dituena. Ardatz horrek herritarrentzako turismo-sentsibilizaziorako programa bat barne hartzen du.

2. Ardatza

Udalerria-Helmuga, turismo-kontsumoa gertatzen denekoa, funtsezkoa da helmuga eratzeko. Honako programa hauek barne hartzen dira: konektagarritasuna, seinaleak, turismo-baliabideen hobekuntza eta egokitzapena, azpiegiturak, irisgarritasun unibertsala, etab.

3. Ardatza

Turismo-eskaintza eta -produktua hobetzea eta garatzea, non hauek arabera zehazten baitira horiek: baliabideen balio eta ahalmena, kokapen-borondatea eta xede-bisitari motak; halaber, horien portaera eta arrakastarako funtsezko faktoreak ere analizatzen dira, lehentasunezko merkatu-segmentu bakoitzari (barne- eta kanpo-merkatua) eskaini beharreko turismo-produktuak antolatzeko eta lehenesteko.

4. Ardatza

Marketina, Komunikazio Estrategia, Irudia eta Sustapena. Hauek zehaztea ahalbidetzen digu: helmuga identifikatzeko elementuen artean helmugaren nortasun eta balioaren arabera ikuspegia proiektatzen dutenak; zehaztutako helburuak lortzeko oinarritzko komunikazio- eta sustapen-ekintzak; eta, eta merkatu-estrategia bat, xede-bisitariak zehaztean oinarritua, turismo-helmuga eta -eskaintza kokatu nahi ditugun merkatu-segmentu eta -hobiak aztertuta betiere.

5. Ardatza

Lehiakortasuna, Kalitatea, Prestakuntza eta Berrikuntza. Enpresak garatzeko eta indartzeko ekintzak, kultura berritzailea, prestakuntza eta etengabeko hobekuntza biltzen ditu. Gaur egun, Basquetourrek zuzentzen duen Euskadiko Kode Etikoaren metodologian integratzen da.

Aipatutako ardatz estrategikoen hedapena Programa Operatibo batean zehazten da geroago. Bertan, Plana hezurmamitzen da, lehentasunen, kronogramaren eta inplikaturako eragileen alderdiei dagokienez.

6. Plan Operazionala



6. Plan Operazionala

6.1 Plan Operazionala

Udalerri honek turismoaren arloan izan duen ibilbidea kontuan hartuta, eragiketa-plan honen helburua turismo-fluxuak atzematea ahalbidetuko duten zerbitzu, produktu eta esperientzia turistikoak garatzea da, jardueraren garapen jasagarria bultzatuz, sektore hori udalerriko jardueraren parte izan dadin eta beste jarduera ekonomiko batzuk aberastu eta osa ditzan, baita eskualdeko turismo-eskaintza ere.

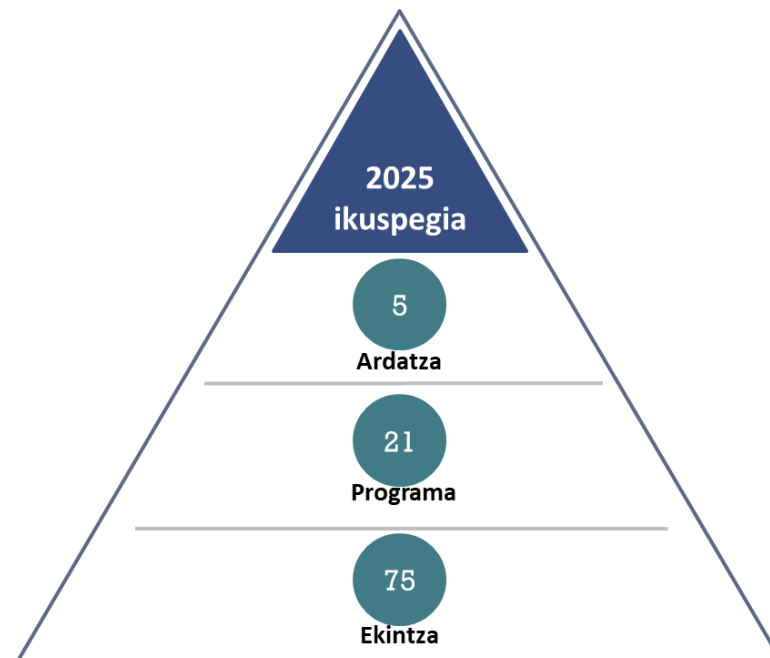
Kapitulu honetan jasotzen den eragiketa-planak ikuspegia eta helburu estrategikoak sustatzeko jomuga du, betiere hauen bidez:

- Bergararako **turismo-sistema eta -kudeaketaren egitura** zehaztea.
- **Politika eta ahalegin publiko eta pribatuak** kontzentratzea, udalerriko turismo-sisteman esku hartzen duten eragileen adostasunean oinarrituta. Jarduketa-programa errealista eta posibilista bat lantzea, zehaztutako helburu estrategikoei jarraiki beharko diona.
- **Ondare-elementuen balioa nabarmentzea** eta hiri-agertokia hobetzea, pixkanaka.
- Komunikazio-plan bat garatzea, ezarritako estrategia eta ekintzen araberakoa.

2025eko ikuspegia erreferentziatzat hartzen duen eta aipatutako 5 ardatzetan egituratuta dagoen eragiketa-planak 21 programa eta 63 ekintza biltzen ditu.

Aipatu behar da sartutako ekintza batzuk ez direla Bergarako Udalaren eskumenekoak, eta beste batzuek Debagoiena Turismo eta Basquetour erakundeen eta Gipuzkoako Foru Aldundiaren bultzada eta lidergoa dutela.

75 ekintza horietatik 21ek lehentasun handia dute sektorearen aldetik, batez ere 1. eta 4. ardatzei dagokienez. 6, berriz, lehentasun ertaina eta 19 lehentasun txikia.





6.1 Ekintza Plana

1go ardatza

Gobernantza, plangintza, antolakuntza eta kudeaketa



- Turismo-plana onartzea lotutako aurrekontuarekin, giza baliabideekin eta
- 1** Bergarako Turismoko Ekintza Planaren bideragarritasunerako konpromisoa hartu duten erakundeekin.
- 2** Eskualdeaz gaindiko eta eskualdeko turismo-politikan parte hartzeko, hura koordinatzeko eta harekin harremanak izateko programa.
- 3** Turismo sentsibilizazio programa.

2. ardatza

Gune turistikoak



- 4** Helmuga turistikoan harrera hobetzeko programa.
- 5** Udalerriko irisgarritasuna eta konektibitatea turistikoa hobetzeko programa.
- 6** Irisgarritasun unibertsalerako programa.
- 7** Azpiegitura eta baliabide turistikoen balioa nabarmentzeko programa.

3. ardatza

Turismo-eskaintzaren eta produktuen garapena eta hobekuntza



- 8** Ostatu-eskaintza hobetzeko programa.
- 9** Kultura turismoa garatzeko programa.
- 10** Natur turismoa garatzeko programa.
- 11** Touring-a eta txangoletasuna garatzeko programa.
- 12** Turismo enogastronomikoa garatzeko programa.
- 13** Turismo profesionala eta industrialia garatzeko programa.
- 14** Familia turismoa garatzeko programa.
- 15** Ekitaldietako turismoa sustatzeko programa.

4. ardatza

Marketin turistikoa



- 16** Turismo marka erabiltzeko programa.
- 17** Bisitariaren eskaria eta esperientzia ezagutzeko programa.
- 18** Sustapen- eta merkaturatze-euskarriak editatzeko programa.
- 19** Merkaturatzea sustatzeko eta laguntzeko programa.
- 20** Komunikazio-programa.

5. ardatza

Kodigo Etikoa-Sektoreko lehiakortasuna



- 21** Sektoreko lehiakortasuna sustatzeko programa. **KODE ETIKOA.**



6.2 Lehenetsitako ekintzak

25

1go ardatza

Gobernantza, plangintza, antolakuntza eta kudeaketa



Bergarako sektore turistikoarekiko topaketak sistematizatu: urtean hiru topaketa.

1. Turismo Plana adostea; 2. Kanpaina espezifikoak prestatzea; 3. Urte bukaerako balorazioa.

Eskualdeko proiektu turistikoak eta haien inguruko informazioa gehiago hedatzea, Bergarako sektore turistikoaren parte-hartzeari laguntzea, eta eskualdeko sektorearekiko interakzioa ahalbidetzea.

Turismoaren kudeaketa birdefinitzea eta egokitzea. Turismo Bulegoaren funtzioak, gaitasunak eta eskumenak, arduradunak ikuspegi teknikitik bistaratu.

Bergara Basquetourren eta GFaren estrategian eta potentzialtasun argia duten produktueta posizionatzeko eskatzea.

Udalerrian turismo sentsibilizazio plan bat garatu.

2. ardatza

Gune turistikoa



Turismo-informazioaren sistema, edukia eta hedapena eguneratzea eta egokitzea gero eta teknologikoagoa den eskari baten formatu/euskarri berrietara.

Irudi bateratu eta irisgarri bat diseinatzea seinaleztatu beharreko elementuetarako, eta seinaleak produzitu eta jartzea.

Norabide- eta turismo-seinale egokiak jartzearen inguruko beharrak eta toki egokiak identifikatzea: baliabide kultural eta naturalak, bidexkak, oinezkoentzako ibilbideak, bizikleta-ibilbideak, aparkalekuak, ostatuak, jatetxeak...

3. ardatza

Turismo-eskaintzaren eta produktuen garapena eta hobekuntza



Natura-eskaintza egituratu eta lehiakor baten parte izateko moduko baliabideak eta eskaintza turistikoa identifikatzea, betiere turismo jasangarriaren ikuspegitik.

Debagoienarekin, Gipuzkoako beste eskualde batzuekin eta Euskadiko beste eskualde batzuekin uztartutako eskaintza sortzea.

Seminarixoko arduradunekin koordinatzea, intereseko ekitaldiak erakartzeko, bereziki, kulturalak.

Vasco-Navarro Trenaren Bide Berdea bultzatzen jarraitzea, eskualdea egituratzen duen elementu gisa eta intereseko beste helmuga batzuekin lotzeko tresna.

Merkatuaren azterketa egitea, turismo-segmentu honen profila eta portaera ezagutzeko.

4. ardatza

Marketin turistikoa



Marka turistikoa kokatzeko estrategia, antolatutako ekintzetan eta on eta off line euskarrietan.

Testuen eta irudien dokumentu-base bat garatzea eta kudeatzea, informazio-eskaera desberdinei erantzuteko: komunikabide profesionalak eta generikoak, turismoa erakartzeko enpresak eta erakundeak (Debagoiena Turismoa, Basquetour, GFA...).

Lehenetsitako turismo-produktuetan espezializatutako bitartekariak eta kanalak identifikatzea.

Hurbileko merkatuetan kanpainak diseinatzea: Euskadi.

Informazio-euskarriak bisitarien informazio-eskaerara eta ezarritako segmentazio turistikoaren beharretara egokitzea. Offlineko eta onlineko formatu deskargarrian.

Debagoiena Turismoarekin lankidetzan aritzea turismoa erakartzeko duten enpresak identifikatzeko, eta, hala, Bergarako eskaintza turistikoaren posizionamendua indartzeko.

Social Media Plan bat garatzea Bergarako interesgarriak diren sare nagusietan.

Informazio-pilulak eta kreatibitateak erraztea sektore pribatuari bere sare sozialen bidez hedatu ditzaten, helmugaren eta enpresaren berri zabaltzeko elementu direnez.

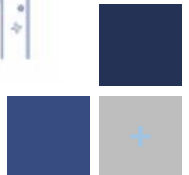
5. ardatza

Kodigo Etikoa-Sektoreko lehiakortasuna



Sektoreko lehiakortasuna sustatzeko programa. KODE ETIKOA.

6.3. Ardatza: gobernantza plangintza, antolakuntza eta kudeaketa



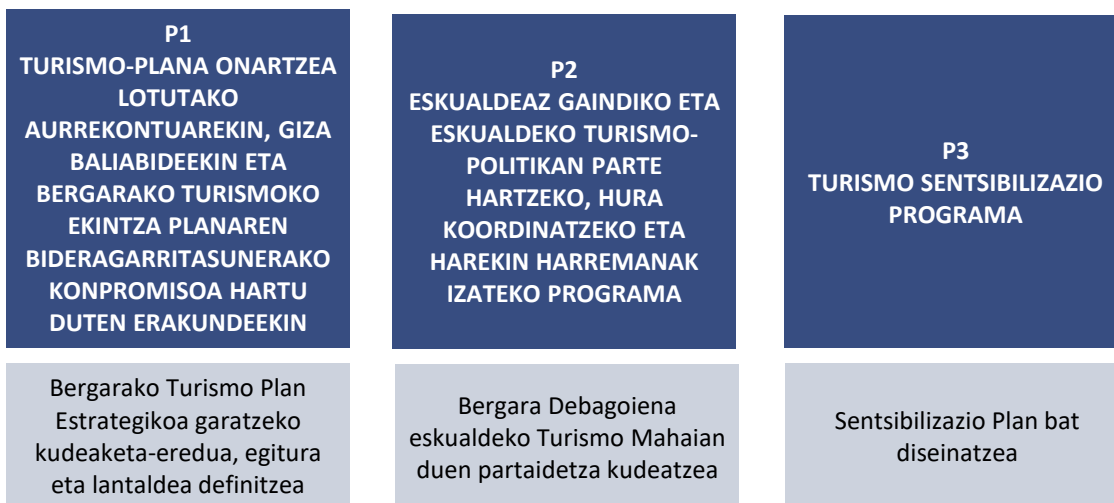
6. Plan Operazionala

1. Ardatza: gobernantza, plangintza, antolakuntza eta kudeaketa

Turismoaren Mundu Erakundearen* arabera, funtsezko ardatza da eta honela definitzen da: «*Turismo-helmugak gidatzeko prozesua, gobernuek maila eta eskuduntza guztietan, komunitate hartzaileetan bizi den gizarte zibilak eta turismo-sistemaren eragiketarekin lotutako enpresa-sareak egindako ahalegin sinergiko eta koordinatuen bidez*».

Ardatz honen helburu nagusia eskura dauden baliabideekin planteatutako erronkak gainditzea da. **Horretarako, adostasun bidez ibilbide-orri bat onartzea planteatzen da, esparru publiko eta pribatuko hainbat eragilek, udalaz gaindiko administrazioek –eta ez soilik turismo-alorrekoek– eta Bergarako herritarrek parte hartzen dutela bermatuz.** Hori guztia partaidetzan funtsatutako ikuspegi baten arabera eta eta kontrol- eta gainbegiratze-elementuak txertatuz gauzatuko da, adierazitako estrategien egokitasun-maila eta turismo-jardueraren etorkizuneko garapenean aurrera egiten jarraitzeko beharrezkoak diren hobekuntza-arloak baloratze aldera.

Hiru programatan integratutako ardatz honen atal nagusiak honako hauek dira:





1go ardatza

Gobernantza, plangintza, antolakuntza eta kudeaketa

Turismoaren kudeaketa eta harrera birdefinitzea eta egokitzea. Turismo Bulegoaren funtzioak, gaitasunak eta eskumenak, arduradunak ikuspegi teknikotik bistaratzuz.

Bergarako sektore turistikoarekiko topaketak sistematizatu: urtean hiru topaketa.

1. Turismo Plana adostea; 2. Kanpaina espezifikoak prestatzea; 3. Urte bukaerako balorazioa.

Eskualdeko proiektu turistikoak eta haien inguruko informazioa gehiago hedatzea, Bergarako sektore turistikoaren parte-hartzeari laguntzea, eta eskualdeko sektorearekiko interakzioa ahalbidetzea.

Bergara Basquetourren eta GFaren estrategian eta potentzialtasun argia duten produktuetan posizionatzeko eskatzea.

Udalerrian turismo sentsibilizazio plan bat garatu.

Turismo-bulegoa Itourbask sarean txertatzea eta bulegoaren kokapena aldatzea bideragarria ote den aztertzea

1. ARDATZA		GOBERNANTZA, PLANGINTZA, ANTOLAKUNTZA ETA KUDEAKETA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	UDALAREN TURISMO-KUDEAKETA SUSTATZEA, GIZA BALIABIDEekin ETA BALIABIDE EKONOMIKOekin ADOSTUTAKO ETA KONPROMETITUTAKO IBILBIDE-ORRI BATEAN OINARRITUTA, ESKUALDE-MAILAKO IKUSPEGIAREKIN ETA HERRITARREN INPLIKAZIOAREKIN INTEGRATUTA ETA PARTEKATUTA.		
PROGRAMA	P.1. Turismo-plana onartzea lotutako aurrekontuarekin, giza baliabideekin eta Bergarako Turismoko Ekintza Planaren bideragarritasunerako konpromisoa hartu duten erakundeekin.		
JARDUERA-ILDOAK	J.I.1 Bergarako Turismo Plan Estrategikoa garatzeko kudeaketa-eredua, egitura eta lantaldea definitzea.		
DESKRIBAPENA	Bergarak antolaketa-egitura egokia behar du turismoaren arloan, proposatutako erronkei eta plan honetan jasotako ekintzei aurre egiteko gai izan dadin. Gaur egun dituen baliabideak aztertuta, badirudi beharrezkoa dela turismo-arloaren egitura berrikustea eta errealitate berrira egokitzea, askoz zabalagoa izango den estrategia bat abian jartzeko gaitasuna izan dezan. Estrategia hori tranbertsalitateak eta turismoa udalerriaren helburuetan hein handiagoan txertatzeak zehaztuko dute. Berrikuspen horrek barne hartu beharko lituzke egitura, funtzioak, sektore pribatuarekiko eta biztanleriarekiko koordinazioa, giza baliabideak eta finantza-baliabideak. Jarduera honen bidez, turismo-kudeaketarako eredu espezifiko bat hartzea proposatzen da. Planaren jarduera-programa gauzatzea ahalbidetuko duten eragiketa-kudeaketa gauzatzeko moduak barne hartu beharko lituzte eredu horrek, maila eta erantzukizun bakoitzean inplikaturako eragileen parte-hartzea errazteaz eta herritarrak inplikatzeaz gain. Turismo-alorreko partaidetza-prozesuari dagokionez, nabarmentzekoa da udalerrian harreman publiko-pribatua eskasa izan dela, eta Turismo Plan honetako ekintzen bidez indargabetu nahi da eskasia hori. Bergarako Udalaren turismo-zerbitzua, Laboratorio Museoaren ondoan, Herritarrak arloaren barnean dago. Teknikariek bi horien (museoa eta turismoa) egitura eta kudeaketa partekatzen dituzte. Turismo-bulegoak kanpo-kontratazioa du bisita gidatuen arreta eta zerbitzurako. Jarduketa-ildo honek Udalaren turismo-zerbitzua indartzea proposatzen du, organigraman zein kudeaketan bistaratze handiagoa izan dezan, eta horretarako, komeniko litzateke Laboratorio museotik bereiztea. Horrez gain, bulegoa Itourbask turismo-bulegoen sarean txertatzeko aukera bideragarria ote den aztertzea ere biltzen du, bai eta egungo turismo-informaziorako gunea hirigunetik gertuago kokatzea ere.	EKINTZA NAGUSIAK	1.EK.1 Udalerriko turismoa arloan kudeaketa, egitura eredua eta funtzioak, prozesu operatiboak eta inplikatutako eragile publiko eta pribatuekin partekatutako gobernantza onartzea.
			1.EK.2. Bergarako sektore turistikoarekiko topaketak sistematizatu: urtean hiru topaketa. 1. Turismo Plana adostea; 2. Kanpaina espezifikoak prestatzea; 3. Urte bukaerako balorazioa.
			1.EK.3 Jarduere jarraipena eta ebaluazioa egiteko adierazleen sistema bat zehaztea.
			1.EK.4 Informazioaren kudeaketako eta harrera turistikoko alderdia berriro definitzea eta egokitzea. Turismo Bulegoaren funtzio, gaitasun eta eskumenak, arduradunak bistaratuz alderdi teknikitik.
			1.EK.5. Turismo-bulegoa Itourbask sarean txertatzea eta bulegoaren kokapena aldatzea bideragarria ote den aztertzea.

1. ARDATZA		GOBERNANTZA, PLANGINTZA, ANTOLAKUNTZA ETA KUDEAKETA						
HELBURU ESTRATEGIKOA		UDALAREN TURISMO-KUDEAKETA SUSTATZEA, GIZA BALIABIDEekin ETA BALIABIDE EKONOMIKOekin ADOSTUTAKO ETA KONPROMETITUTAKO IBILBIDE-ORRI BATEAN OINARRITUTA, ESKUALDE-MAILAKO IKUSPEGIAREKIN ETA HERRITARREN INPLIKAZIOAREKIN INTEGRATUTA ETA PARTEKATUTA.						
PROGRAMA		P.1. Turismo-plana onartzea lotutako aurrekontuarekin, giza baliabideekin eta Bergarako Turismoko Ekintza Planaren bideragarritasunerako konpromisoa hartu duten erakundeekin.						
JARDUERA-ILDOAK		J.I.1 Bergarako Turismo Plan Estrategikoa garatzeko kudeaketa-eredua, egitura eta lantaldea definitzea.						
HELBURU OPERATIBOAK	- Planteatutako helburuak baliabide egokiekin lortzea: kudeaketa efizientea. - Turismo-kudeaketarako eredu tradizional batetik proaktiboagoa izango litzatekeen beste batera aurrera egitea, turismo-zerbitzua indartuz. - Turismo-zerbitzuaosatzen duten sailen zehaztapen handiagoa lortzea, bai eta arduradunak gehiago bistaratzea ere. Kudeaketa gardena, irekia eta partaidetzan funtsatua bultzatzea. Turismo-eragileen parte-hartzea bermatzea, eta nola zuzenean hala zeharka inplikatuta dauden beste arlo, erakunde eta administrazio batzuekin koordinatzea. - Sektore pribatuarekiko harremanak sendotzea, haren eskaerak ezagutzen eta horiei erantzuten saiatzeaz gain. - Egindako ekintzetan emaitzak neurtzen direla eta proposatutako horiek helburuei jarraitzen dietela bermatzea: kudeaketa arduratsua eta kontrolatua.	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Bergarako Udala eta Turismo arloa.				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		Sektore pribatua				
		LEHENTASUNA		ALTUA				
		AURREKONTUA		Gestioa				
		ADIERAZLEAK		Plana eta aurrekontu egokia onartzea. Urtean hiru bilera sektorial egitea. Sektorearen parte –hartze maila. Jarraipen-adierazleen ebaluazioa.				
		EPEA		2022	2023	2024	2025	

1. ARDATZA		GOBERNANTZA, PLANGINTZA, ANTOLAKUNTZA ETA KUDEAKETA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	UDALAREN TURISMO-KUDEAKETA SUSTATZEA, GIZA BALIABIDEKIN ETA BALIABIDE EKONOMIKOEKIN ADOSTUTAKO ETA KONPROMETITUTAKO IBILBIDE-ORRI BATEAN OINARRITUTA, ESKUALDE-MAILAKO IKUSPEGIAREKIN ETA HERRITARREN INPLIKAZIOAREKIN INTEGRATUTA ETA PARTEKATUTA.		
PROGRAMA	P.2. Eskualdeaz gaindiko eta eskualdeko turismo-politikan parte hartzeko, hura koordinatzeko eta harekin harremanak izateko programa.		
JARDUERA-ILDOAK	J.1.2 Bergara Debagoiena eskualdeko Turismo Mahaian duen partaidetza kudeatzea.		
DESKRIBAPENA	Basquetour Turismoaren Euskal Agentziak Euskadiko egituratze turistikoa egin zuen, eskualde-eremuko lankidetza turistikoko erakundeen (LTE) irizpideetan oinarrituta. Lurraldeko antolamendu turistikoko horrek eta lankidetza turistikoko erakundeen figurarekin eskualde-egiturak sustatzeak (EAEko hiru hiriburuetan izan ezik), helmugako enpresa turistikoa eta eskualdeko lurralde kudeaketako sistema baten diseinua biltzen dituzte. Debagoienean Garapen ekonomiko eta turismo batzordea dago, non eskualdeko zortzi udalerrietako ordezkari politikoei parte hartzen baitute, bai eta Debagoieneko teknikariak biltzen dituen Turismo Mahai bat ere. Mahai horretan Laboratorium Museoko teknikariak parte hartzen du. Lan-ildo honen bidez zera lortu nahi da, 1. programan jasotako ekintzak onartu ondoren, Bergara Turismoko ordezkari tekniko bat joan dadin bilera horietara, eta horrela, foro horretara helaraztea udalerriak gauzatu nahi dituen helburuak eta urteko ekintza-plana, informazioa biltze eta eskualdeko erakundearekin beharrezko lankidetza izate aldera. Horri esker, eskualde-mailako ekintzak osatu eta koordinatu ahalko lirateke, bai eta turismo-proiektu interesgarriei buruzko informazioa eskuratu eta, gainera, turismo-sektorerara hedatu ere; eskualde-mailan eta eskualdez gaindikoan sektore-lankidetzarako guneak faboratuko lirateke horrenbestez. Alderdi hori asko baloratzen du sektore pribatuak.	EKINTZA NAGUSIAK	2.EK.1 Bergararen presentzia egituratzea eta sendotzea Eskualdeko Turismo Mahaian: partaidetzaren helburuak, laneko dinamika eta emaitzak definitzea.
			2.EK.2 Eskualdeko proiektu turistikoa eta haien inguruko informazioa gehiago hedatzea, Bergarako sektore turistikoa parte-hartzeari laguntzea, eta eskualdeko sektorearekiko interakzioa ahalbidetzea.
			2.EK.3 Eskualdez gaindiko eta eskualdeko beste helmuga interesgarri batzuekin proiektuak garatzea.
			2.EK.4 Bergara Basquetourren eta GFaren estrategian eta potentzialtasun argia duten produktuetan posizionatzeko eskatzea.

1. ARDATZA		GOBERNANTZA, PLANGINTZA, ANTOLAKUNTZA ETA KUDEAKETA													
HELBURU ESTRATEGIKOA		UDALAREN TURISMO-KUDEAKETA SUSTATZEA, GIZA BALIABIDEEKIN ETA BALIABIDE EKONOMIKOEKIN ADOSTUTAKO ETA KONPROMETITUTAKO IBILBIDE-ORRI BATEAN OINARRITUTA, ESKUALDE-MAILAKO IKUSPEGIAREKIN ETA HERRITARREN INPLIKAZIOAREKIN INTEGRATUTA ETA PARTEKATUTA.													
PROGRAMA		P.2. Eskualdeaz gaindiko eta eskualdeko turismo-politikan parte hartzeko, hura koordinatzeko eta harekin harremanak izateko programa.													
JARDUERA-ILDOAK		J.I.2 Bergara Debagoiena eskualdeko Turismo Mahaian duen partaidetza kudeatzea.													
HELBURU OPERATIBOAK	• Udalerriko turismo-kudeaketa hobetzea, efikazia- eta eraginkortasun-irizpideen bidez. • Bergarako turismo-garapenean aurrera egiteko informazio interesgarria eskuratzea. • Informazioa turismo-sektorerara zabaltzea. • Eskualdeko eta eskualdez gaindiko helmugen arteko lankidetzarako guneak ahalbidetzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Bergarako Udala eta Turismo arloa											
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		Debagoiena Turismo											
		LEHENTASUNA		ALTUA											
		AURREKONTUA													
		ADIERAZLEAK		Debagoieneko Turismo Mahaiaren zenbat bileretara joan den Bergara Turismo. Eskualdeko kudeaketan sartuta dauden Bergarako proiektuen kopurua. Bergara Turismok udalerriko sektoreari emandako informazioa. Beste helmuga batzuekin garatutako proiektuen kopurua.											
		EPEA		<table><tr><td>2022</td><td>2023</td><td>2024</td><td>2025</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				2022	2023	2024	2025				
		2022	2023	2024	2025										

+ 6. Plan Operazionala

33

1. ARDATZA		GOVERNANTZA, PLANGINTZA, ANTOLAKUNTZA ETA KUDEAKETA			
HELBURU ESTRATEGIKOA	UDALAREN TURISMO-KUDEAKETA SUSTATZEA, GIZA BALIABIDEekin ETA BALIABIDE EKONOMIKOekin ADOSTUTAKO ETA KONPROMETITUTAKO IBILBIDE-ORRI BATEAN OINARRITUTA, ESKUALDE-MAILAKO IKUSPEGIAREKIN ETA HERRITARREN INPLIKAZIOAREKIN INTEGRATUTA ETA PARTEKATUTA.				
PROGRAMA	P.3. Turismo sentsibilizazio programa.				
JARDUERA-ILDOAK	J.I.3 Sentsibilizazio Plan bat diseinatzea.				
DESKRIBAPENA	Herritarrek parte hartu behar dute, ezinbestean, turismo-helmuga iraunkor eta adimentsua sortu nahi bada. Turismoaren kudeaketan askotan kontuan hartzen ez den ekintza da. Halere, uste dugu ekimen hori beharrezkoa dela bisitariekiko sentsibilitate berezia behar deneko une hauetan, COVID-19ak eragindako egoerak markatuta egonik. Horrelako plan batek, herritarrek sentsibilizatzeko ez ezik, herritarrek tokiko turismo-sektorean eta jarduerarekin zuzenean edo zeharka lotutako industria osagarrian txertatzeko ere balio du. Ekintza asko egin daitezke, baina batzuetan eragin positiboa dutenak izaten dira errazena: ate irekien jardunaldiak, biztanleei udalerriko turismo-baliabideak ezagutarazteko, hainbat kolektibo komunikazio-ekintzetan inplikarazteko (hala nola, ikasleak, egun batez turista senti daitezken), eta helmugaren enbaxadoreak eta preskriptoreak izendatzeko, besteak beste. Turismoaren Kode Etikoak ere halako ekintzak aurreikusten ditu, eskaintzaren eta turistaren portaeraren ikuspegitik.	EKINTZA NAGUSIAK	3.EK.1 Udalerrian turismo sentsibilizazio plan bat garatu.		
			3.EK.2 Euskararen eta turismoaren arteko lotura ezagutaraztea, elementu bereizle eta erakargarri gisa.		
HELBURU OPERATIBOAK	• Tokiko pertsonak partaide egitea, turismoa aberastasuna eta enplegua sortzen duen jardueratzat har dezaten. • Turismoa kultura- eta natura-ondareari balioa emateko eta gure nortasuna aitortzeko modutzat har dadin sustatzea. • Turismo-eredu iraunkor eta konprometitu baten kudeaketan aurrera egitea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Udala eta Turismo arloa		
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK	Bergaratarrak Udalerriko Elkarateak Ikastetxeak Turismo sektore pribatua		
		LEHENTASUNA	ALTUA		
		AURREKONTUA			
		ADIERAZLEAK	Antolatutako sentsibilizazio-ekintzen kopurua. Praktikatzen duten kolektiboen eta entitateen kopurua.		
		EPEA	2022	2023	2024

6.4. Ardatza: gune turistikoa



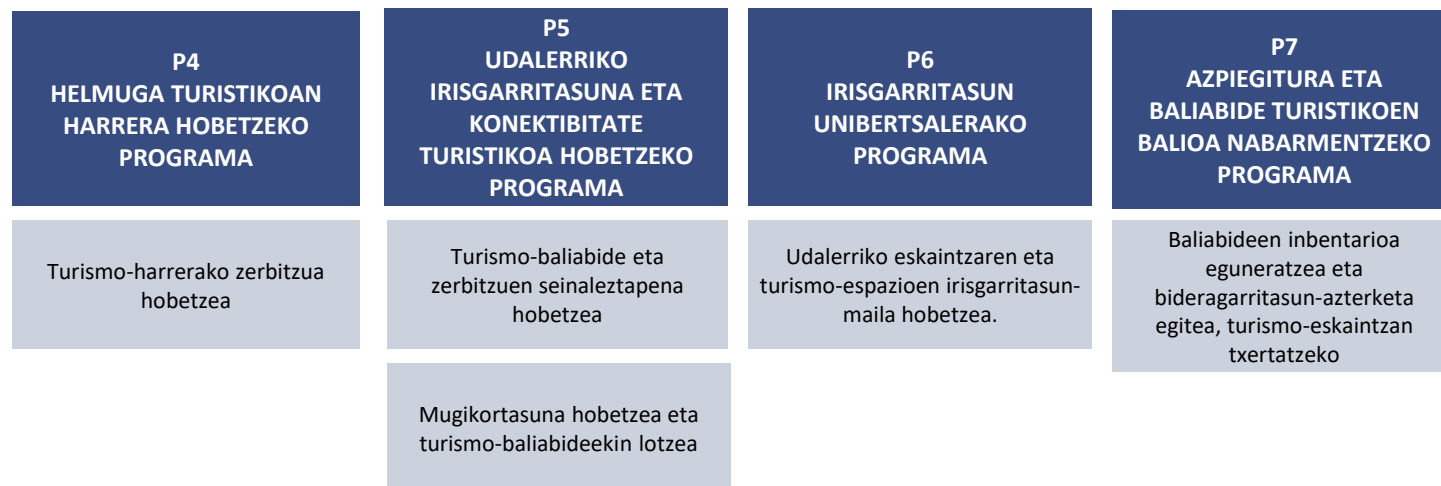
6. Plan Operazionala

2. Ardatza: gune turistikoa

Ardatz hau **turismo-kontsumoa gertatzen deneko tokiarekin lotuta dago** (kasu honetan, Bergara udalerriarekin). Prozesuak gauzatzeko eta kudeatzeko zailtasunak izan ohi dituen ardatza da; izan ere, kasu gehienetan, eskumena ez dago turismo-zerbitzuaren mende, ez eta jardura hori integratuta dagoen sailen mende ere. Kultura- eta natura-ondarearen balioa nabarmentzeko esku-hartzei eragiten die, bai eta konektibitate-programei, mugikortasunari, azpiegiturei, irisgarritasun unibertsalari, teknologikoari eta seinaleei ere, betiere helmugaren ikuspegi integralari jarraikiz, eta ez soilik ikuspegi turistikoa araberak. Horregatik, Eusko Jaurlaritzako sailen eta Gipuzkoako Foru Aldundiko departamentuen arteko koordinazioa eta lankidetzak –nola sailen/departamentuen artekoa hala erakundeen artekoa– ezinbestekoa da.

Bergararen kasuan, ardatz honen funtsezko elementuak **kultura-ondarea balioestearekin, haren turismo-gaitasun nagusiarekin, helmuga turistikoa harrera hobetzeko programa eta seinaleak hobetzearekin lotuta daude, turismo-sektoreak lehenetsitako ekintzak izanik horiek guztiak.**

Alderdi positibo gisa, Bergara leku estrategiko batean kokatuta dagoela nabarmendu behar da, bisitariek epizentro gisa aukeratzen baitute Euskadira etortzen direnean, bertatik beste turismo-helmuga batzuetara joateko. Alderdi deigarrienetako bat zera da, udalerriko bi landa-establezimenduetan ostatu hartzen duten bisitarien ehunekoa handia dela, baina bisitari horien ehunekoa handi bat (% 85, sektoreko topaketetan bildutako informazioaren arabera) ez direla normalean hirigunera joaten. Bi alderdi horiek landu egin beharko dira, indargabetzeko lehenengo kasuan (Ahulezia) eta bultzatzeko, ordea, bigarrenetan (Indarra).



2. ardatza

Gune turistikoa



Helmuga turistikoa harrera hobetzeko programa. Turismo-informazioaren sistema, edukia eta hedapena eguneratzea eta egokitzea gero eta teknologikoagoa den eskari baten formatu/euskarri berrietara.

Irudi bateratu eta irisgarri (QR, Navilens, (NVDA) Non Visual Desktop Access kodeak sartzea) bat diseinatzea seinalatzatu beharreko elementuetarako, eta seinalak produzitu eta jartzea.

Turismo-baliabide eta zerbitzuen seinalatzapena hobetzea. Norabide- eta turismo-seinale egokiak jartzearen inguruko beharrak eta toki egokiak identifikatzea: baliabide kultural eta naturalak, bidexkak, oinezkoentzako ibilbideak, bizikleta-ibilbideak, aparkalekuak, ostatuak, jatetxeak...

2. ARDATZA		GUNE TURISTIKOA									
HELBURU ESTRATEGIKOA		GUNE TURISTIKOA HOBETZEA ETA BERTAKO KULTURA- ETA NATURA-BALIABIDEEN BALIOA NABARMENTZEA.									
PROGRAMA		P.4. Helmuga turistikoan harrera hobetzeko programa.									
JARDUERA-ILDOAK		J.I.4 Turismo-harrerako zerbitzua hobetzea.									
DESKRIBAPENA		Programa honetan bildutako ekintzak lotuta daude formatuak eta euskarriak gero eta informatuagoa, zorrotzagoa eta teknologikoagoa den eskari batera egokitzearekin. Gaur egungo turismo-bulegoak ez dira aurrez aurrekoak bakarrik izan behar. Beraz, turismo-informazioko zerbitzuak egungo turistek eskatzen dutenera egokitzea proposatzen da. Zerbitzu hori birpentsatu egin behar da, eta turismo-bulegoaren kontzeptu izatetik <i>online</i> eta <i>offline</i>ko informazio-zentro, sustapen-zentro eta helmugak merkaturatzen laguntzeko zentro izatera aldatu. Bulegoek bisitariak helmugara erakartzeko ahalmen handiagoa izan behar dute bidaiaren aurretik, bidaiari zehar eta bidaiaren ondoren. Bestalde, eta Donostia eta Gasteiz Helmuga Turistiko Adimenduna (Destino de Turismo Inteligente edo DTI) izendatuak izan ondoren, Basquetour eskualdera egokitzen ari da erabilitako metodologia. Debagoienarako ere proposamen interesgarria da, eredu honek lurraldearen garapen turistiko iraunkor, berritzaile eta abangoardiakoaren alde egiten baitu.	EKINTZA NAGUSIAK		4.EK.1 Turismo-informazioaren sistema, edukia eta hedapena eguneratzea eta egokitzea gero eta teknologikoagoa den eskari baten formatu/euskarri berrietara. Helmuga Turistiko Adimenduna (HTA).						
HELBURU OPERATIBOAK		- Helmugaren eskaintzarekin lotutako informazio-beharrak asetzea. Balizko turista baten arreta erakartzea, eta horretarako, kudeaketa eta informazioa egungo eskarira egokitutako formatu teknologikoagoetara egokitzea. - Helmuga eta bidaiaren etapak interpretatzen laguntzea. - Esperientzien diseinuaren bidez bisitariaren gogobetetasuna handitzea. Turismo-informazioko prozesuak hobetzea, eta horretarako, ereduak eta turismo-informatzaileen eta bisitariaren arteko harremana optimizatzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Bergarako Udala eta Turismo arloa						
			INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		Basquetour Debagoiena Turismo						
			LEHENTASUNA		ALTUA						
			AURREKONTUA								
			ADIERAZLEAK		Aurrez aurreko zein onlineko turismo-bulegoa hobetzeko ekimenen kopurua. Debagoienari eskatzea eskualdea DTItzat jotzeko aukera baloratzeko. Bisitarien gogobetetze-maila.						
		EPEA		2022		2023		2024		2025	

2. ARDATZA		GUNE TURISTIKOA				
HELBURU ESTRATEGIKOA		GUNE TURISTIKOA HOBETZEA ETA BERTAKO KULTURA- ETA NATURA-BALIABIDEEN BALIOA NABARMENTZEA.				
PROGRAMA		P.5 Udalerriko irisgarritasuna eta konektibitate turistikoa hobetzeko programa.				
JARDUERA-ILDOAK		J.I.5.A. Turismo-baliabide eta zerbitzuen seinaleztapena hobetzea.				
DESKRIBAPENA	Turismo-seinaleztapenak nabarmen errazten du lurralde bateko turismo-kontsumoa. Gainera, diagnostiko-fasean atzemandako eta Bergarak Debagoiena Turismoari proposatutako gabezieta bat da hori. Horregatik, beharrezkotzat jotzen dugu seinaleztapena hobetzeko prozesu bat –seinaleak homogeneizatzera joko duena– abiaraztea. Helmuga batean seinaleztapen turistikoko plan bat abiarazteak hauek ipintzea barne hartuko luke, besteak beste: ongietorri-seinaleak, norabide-seinaleak eta baliabideen interpretazio-seinaleak. Proposatzen da turismo-seinaleztapeneko plan bat egitea, seinaleztapen-eredu bat, edukiak, egungo seinaleekiko bateragarritasuna, egungo euskarriak ordeztzeko eta garbitzeko beharrak eta abar jaso eta lehenetsiko dituen. Seinaleztapen-plan horrek kontuan hartu beharko ditu seinale irisgarri bati aplikatutako irisgarritasuna eta diseinu unibertsala.	EKINTZA NAGUSIAK	5.EK.A.1 Norabide- eta turismo-seinale egokiak jartzearen inguruko beharrak eta toki egokiak identifikatzea: baliabide kultural eta naturalak, bidexkak, oinezkoentzako ibilbideak, bizikleta-ibilbideak, aparkalekuak, ostatuak, jatetxeak...			
			5.EK.A.2 Irudi bateratu eta irisgarri bat diseinatzea seinaleztatu beharreko elementuetarako, eta seinaleak produzitu eta jartzea.			
HELBURU OPERATIBOAK	- Seinaleztapen homogeneo eta irisgarriako programa bakar bat garatzea, bisitarien turismo-baliabide eta -zerbitzuak ezagutzen laguntzeko. - Ezarpen progresiborako prozesua zehaztea. - Bisitariak helmugan lor dezakeen informazioa hobetzea, desorientatzeko edo gune erakargarri nagusietako batzuetara ez joateko arriskua (sartzea zaila delako) murrizte aldera. - Bergarara etortzean bisitariak izandako esperientzia negatibo bat indargabetzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Udala eta Turismo arloa			
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK	Debagoiena Turismo Gipuzkoako Foru Aldundia Basquetour			
		LEHENTASUNA	ALTUA			
		AURREKONTUA				
		ADIERAZLEAK	Seinale-plana gauzatzea. Atzemandako gabezien arabera instalatutako seinaleen kopurua. Arrazoi horregatik Turismo Bulegoan jasotako kexen beherakada.			
		EPEA	2022	2023	2024	2025

2. ARDATZA		GUNE TURISTIKOA				
HELBURU ESTRATEGIKOA		GUNE TURISTIKOA HOBETZEA ETA BERTAKO KULTURA- ETA NATURA-BALIABIDEEN BALIOA NABARMENTZEA.				
PROGRAMA		P.5 Udalerriko irisgarritasuna eta konektibitate turistikoa hobetzeko programa.				
JARDUERA-ILDOAK		J.I.5.B. Mugikortasuna hobetzea eta turismo-baliabideekin lotzea.				
DESKRIBAPENA	Autoa da Euskadi bisitatzen duten pertsonen joan-etorriak egiteko erabiltzen duten ibilgailu nagusia. Garraiobide hori indartu egin da COVID-19ak sortutako egoeran. Horrek zailtasunak sortzen ditu helmugan aparkatzeko orduan. Irtenbide egoki bat –nahiz eta ez den beti egingarria–, aparkaleku publikoak dira, batez ere disuasio-izaerakoak, neurri egokiak dituztenak, ondo kokatuta daudenak, eta udalerriko turismo-baliabide eta - ekipamenduak lotzen dituzten oinezkoentzako ibilbideen diseinuarekin osatzen direnak, mugikortasun jasangarria bultzatzen baita horrela.	EKINTZA NAGUSIAK	5.EK.B.1 Turismo-baliabideekin ondo lotutako oinezkoen ibilbideak gaitzea.			
			5.EK.B.2 Jende gehien ibiltzen deneko garaietan, ondo konektatutako aparkalekuak gaitzea.			
HELBURU OPERATIBOAK	- Udalerrian mugikortasun iraunkorra sustatzea eta bisitariei ere zuzentzea. - Bisitaria behin helmugan dagoela lekualdaketa jasangarria erraztea, eta horrenbestez, bisitariei esperientzia txarrak eta herritarrei gaitzespena eragiten dieten egoerak saihestea. - Nabarmentzea Bergara ondo konektatuta dagoela, garraio publikoaren bidez, txangoak egiten dituzten gertuko helmugekin. - Ingurumen- eta hiri-politikekin integratutako mugikortasun-politikak lantzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Udala eta Turismo arloa			
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK				
		LEHENTASUNA	ERTAINA			
		AURREKONTUA				
		ADIERAZLEAK	Udalerriko baliabideekin ondo lotutako oinezkoen ibilbideak diseinatzea. Ondo konektatutako disuasio-aparkalekuak prestatzea eskari handieneko uneetan.			
		EPEA	2022	2023	2024	2025

2. ARDATZA		GUNE TURISTIKOA					
HELBURU ESTRATEGIKOA		GUNE TURISTIKOA HOBETZEA ETA BERTAKO KULTURA- ETA NATURA-BALIABIDEEN BALIOA NABARMENTZEA.					
PROGRAMA		P.6. Irisgarritasun unibertsalerako programa.					
JARDUERA-ILDOAK		J.I.6 Udalerriko eskaintzaren eta turismo-espazioen irisgarritasun-maila hobetzea.					
DESKRIBAPENA	Helmuga baten irisgarritasun unibertsala, zalantzarik gabe, konpromiso eta betebeharrak bat da, pertsona guztiei sarbidea, erabilera eta gozamena ahalbidetuko diona, inolako bazterkeriarik gabe, berdintasunerako eskubidea eta turismo-helmuga batek eskaintzen dituen zerbitzu guztiez (baliabideak, zerbitzuak, inguruneak, euskarriak, teknologia, etab.) ahalik eta modu seguru, eroso eta autonomoenean gozatzeko eskubidea betetzen dela bermatuz betiere. Irisgarritasun unibertsala aplikatzeak «diseinu unibertsaleko edo pertsona guztientzako diseinurako» estrategia aplikatzea dakar berekin. Bestalde, pertsonen oinarritzako eskubide bati erantzuteaz gain, oinarritzako elementua da helmuga baten eskaintza kalitate handiko gisa hautematea, negozio-aukera ona da sektore osorako, urtarokotasuna gainditzeko laguntzen eta helmugaren irudia hobetzen du, sozialki arduratsu gisa kokatzen baita. (Iturria: Turismo Adimentsuko Helmugen definizioa). Bergara udalerriak irisgarritasunaren arloan duen egoera baloratzeko diagnostiko bat egitea proposatzen da, eta, aldi berean, helmuga inklusibo baten eraikuntza aurrera egiten lagunduko duten hainbat ekimen sartzea.	EKINTZA NAGUSIAK	6.EK.1 Baliabide turistiko jakin batzuetarako irisgarritasuna hobetzea.				
			6.EK.2 Irisgarritasunaren inguruko programak egitea eskaintza turistiko publikoko eta pribatuko arduradunentzat, eta irisgarritasuna progresiboki zabaltzea dadin bultzatzea.				
			6.EK.3 QR, Navilens, (NVDA) Non Visual Desktop Access kodeak sartzea off zein on line informazio-euskarrietan: seinaleketak, liburuxkak eta argitalpenak, webguneak... Helmuga HTA.				
HELBURU OPERATIBOAK	- Aurrera egitea Bergara turismo-helmuga barne-hartzaile gisa hartzeko. - Mugitzeko, ulertzeko eta irakurtzeko zailtasunak dituzten pertsonen egokitzeko turismo-ekaintza bat sortzea. - Urtarokotasuna indargabetzea, eta horretarako, beste merkatu-segmentu batzuk hartzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Udala				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK	Basquetour Turismo Sektore Pribatua				
		LEHENTASUNA	ERTAINA				
		AURREKONTUA					
		ADIERAZLEAK	Turismo-baliabide eta -eskaintza irisgarrien osagaien kopurua. Online eta offline eskuragarri dauden informazio-euskarrien kopurua.				
		EPEA	2022	2023	2024	2025	

+ 6. Plan Operazionala

41

2. ARDATZA		GUNE TURISTIKOA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	GUNE TURISTIKOA HOBETZEA ETA BERTAKO KULTURA- ETA NATURA-BALIABIDEEN BALIOA NABARMENTZEA.		
PROGRAMA	P.7. Azpiegitura eta baliabide turistikoen balioa nabarmentzeko programa.		
JARDUERA-ILDOAK	J.I.7. Baliabideen inbentarioa eguneratzea eta bideragarritasun-azterketa egitea, turismo-eskaintzan txertatzeko.		
DESKRIBAPENA	Bergarak balio historiko eta artistiko handiko ondare kulturala du. Bergarako hirigune historikoa Kultura Ondasun gisa kalifikatuta dago, Monumentu Multzo kategoriarekin. Alabaina, ondare horren zati handi bat itxita egoten da normalean, elizaren jabetzakoak edo jabetza pribatukoak baitira. Jarduketa-ildo honen helburua baliabideen inbentario ofizial bakar bat adostea da, baliabideen barne-hierarkia eta elkarren arteko arteko harremanak ezartzeko; hala, horien irisgarritasunerako, turismo-erabilerarako eta mantentze-lanetarako esku-hartze plan bateratu bat diseinatzea ahalbidetuko luke horrek. Jarduketa-ildo horren ardatza turismo-sisteman sartzeko aukera ematen duten ondasun-baliabideak eta -elementuak lehenestea da. Prozesuan sartutako titularrekin lankidetzan, eta Udalak Olaso Fundazioarekin egin duen hitzarmenaren adibideari jarraituz, monumentu-ondare zibil zein erlijioso horretako higiezin jakin batzuk bisitarientzat irekitzea proposatzen da, unean-unean bada ere. Bergarako auzoetan ere eraikin bereziak eta aipagarriak daude, hala nola elizak, ermitak eta baserriak. Kontuan hartu beharko litzateke, halaber, Bergarako lekukotasun berriagoak ere badituela, bertako ondare arkeologikoarekin eta industria-jarduerarekin lotuak.	EKINTZA NAGUSIAK	7.EK.1. Baliabide turistikoen inbentarioa egitea.
			7.EK.2. Bisita turistikoetan Bergarako beste ondare-elementu batzuk sar daitezkeen aztertzeari: Seminarixoa, San Martzial Ermita, elizak...
			7.EK.3. Gertaera historiko garrantzitsuekin zerikusia duten lekuei balioa ematea. Halako kasua izango litzateke, adibidez, Irizar jauregia, bertan gauzatu baitzen Bergarako besarkada edo hitzarmena, Jesuiten komunitatearekin eta San Frantzisko Borjakoarekin lotutako guneak.

2. ARDATZA		GUNE TURISTIKOA				
HELBURU ESTRATEGIKOA		GUNE TURISTIKOA HOBETZEA ETA BERTAKO KULTURA- ETA NATURA-BALIABIDEEN BALIOA NABARMENTZEA.				
PROGRAMA		P.7. Azpiegitura eta baliabide turistikoen balioa nabarmentzeko programa.				
JARDUERA-ILDOAK		J.I.7. Baliabideen inbentarioa eguneratzea eta bideragarritasun-azterketa egitea, turismo-eskaintzan txertatzeko.				
HELBURU OPERATIBOAK	• Turismoaren balioa nabarmentzea eta turismo-baliabideak optimizatzea; horiek osatzen dute, kasu gehienetan, Bergararen –helmuga kultural baten– eskaintza global eta bereizlearen gune egituratzailea. • Bergarako turismo-eskaintza aberastea, bai bertako herritarren artean bai bisitarien artean zabaltzeko. • Bisitatzeko motibazio berriak sortzea. • Batez besteko egonaldia luzatzea. • Urtarokotasuna arintzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Udala eta turismo arloa Eusko Jaurlaritza Kultura Saila GFA			
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK	Eraikinen jabeak			
		LEHENTASUNA	ALTUA			
		AURREKONTUA				
		ADIERAZLEAK	Bisitaldi-programetan bildutako eraikinen kopurua. Diseinatutako programen kopurua. Bisitaldi-programa horietan parte hartu duten pertsonen kopurua.			
		EPEA	2022	2023	2024	2025

6.5. Ardatza: turismo eskaintzaren eta produktuen garapena eta hobekuntza



6. Plan Operazionala

3. ardatza: turismo-eskaintzaren eta produktuen garapena eta hobekuntza

Helmugako turismo-eskaintzaren osagaiak konfiguratzea funtsezkoa da segmentu jakin batzuetan arrakasta bermatzeko, eta, gehienetan, oso erabaki-elementu garrantzitsua da bisitariarentzat. Horregatik, eskaintza hauosatzen duten elementuak hobetzeak turismo-helmugaren lehiakortasun globala handitzea dakar berekin. Ardatz honek **baliabideen balio eta ahalmenen arabera esku-hartzeak zehazten ditu, kokapenaren eta xede-bisitarien arabera**. Bergarako ostatu-eskaintzaren eskasa izateak oztopatu egiten du gaua udalerrian ematen duten turistek fluxuak erakartzea; horregatik, normalean udalerrira bisitatzen duten pertsonak txangoak egitera datozenak dira, bereziki, kultura-eskaintzaren kontsumitzaileak, baina neurri txikiagoan, natura-eskaintzaren kontsumitzaileak. Gainera, udalerriko enpresak bisitatzea etorri ohi diren (lanbide-turismoa) bisitariak buruzko daturik ez dago. Segmentua interesgarria da, urtarokotasuna gaitzetzeko balio baitu.

P8 OSTATU-ESKANTZA HOBETZEKO PROGRAMA Ostatu eskaintza dibertsifikatzea	P9 KULTURA TURISMOA GARATZEKO PROGRAMA Ondare historiko eta kulturalaren garrantzia azpimarratzeko eta hura zabaltzeko modua berritzea	P10 NATUR TURISMOA GARATZEKO PROGRAMA Natura-eskaintza egituratzeko plana	P11 TOURING-A ETA TXANGOLETASUNA GARATZEKO PROGRAMA Bergara touringa praktikatzeko epizentro gisa eta beste helmuga batzuen bisitaldi osagarri gisa kokatzea
P12 TURISMO ENOGASTRONOMIKOA GARATZEKO PROGRAMA Esperientzia eta jarduera enogastronomikoak diseinatzea	P13 TURISMO PROFESIONALA ETA INDUSTRIALA GARATZEKO PROGRAMA Turismo profesionala balio-kate turistikoan txertatzea	P14 FAMILIA TURISMOA GARATZEKO PROGRAMA Familia turismoa bultzatzeko plana	P15 EKITALDIETAKO TURISMOA SUSTATZEKO PROGRAMA Programa kulturalak erakartzeko lana bultzatzea, Seminarixoarekin lankidetzan



3. ardatza

Turismo-eskaintzaren eta produktuen garapena eta hobekuntza



Debagoienarekin, Gipuzkoako beste eskualde batzuekin eta Euskadiko beste eskualde batzuekin uztartutako eskaintza sortzea.

Seminarixoko arduradunekin koordinatzea, intereseko ekitaldiak erakartzeko, bereziki, kulturalak.

Vasco-Navarro Trenaren Bide Berdea bultzatzen jarraitzea, eskualdea egituratzen duen elementu gisa eta intereseko beste helmuga batzuekin lotzeko tresna.

Natura-eskaintza egituratu eta lehiakor baten parte izateko moduko baliabideak eta eskaintza turistikoa identifikatzea, betiere turismo jasangarriaren ikuspegitik.

Merkatuaren azterketa egitea, turismo-segmentu honen profila eta portaera ezagutzeko.

Kontakizun eta formatu berri bat diseinatzea bisita gidatuetarako, udalerriko baliabide turistiko nagusiekin lotura duten eduki eta gaiekin, eta egungo eskarira bideratuta: story telling, errealitate birtuala, bisita antzeztuak...

Bisita turistikoetan Bergarako beste ondare-elementu batzuk sar daitezkeen aztertzea: Seminarixioa, San Martzial ermita, elizak...

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAINTZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA					
HELBURU ESTRATEGIKOA		UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAINTZA BAT GARATZEA.					
PROGRAMA		P.8. Ostatu-eskaintza hobetzeko programa.					
JARDUERA-ILDOAK		J.I.8 Ostatu eskaintza dibertsifikatzea.					
DESKRIBAPENA	Bergarak ostatu-eskaintza txikia du, bai kuantitatiboki, bai ostatu-aniztasunari dagokionez. Guztira 79 plaza daude udalerrian, honela banatuta: hotel bat, bi landetxe eta autokarabanetarako aparkaleku bat. Eskaintza hori ez da nahikoa askotariko bisitari-profilei eta merkatu-segmentuei zuzendutako programak gauzatzeko. Horrelako ekimenak eta inbertsioak gomendatzea bereziki zaila dela gaur egun, baina, nolanahi ere, eskaintza hori dibertsifikatzeko bideragarritasun-azterlan bat egiteko aukera planteatzen da. Aukera on bat zera da, ondare-eraikinak egokitzea eta hotel-boutique bihurtzea, baldin eta proiektu horien bideragarritasun ekonomikoa bermatzen duten baldintzak errazten eta faboratzen badira. Baita etxebizitza turistikoen modalitateari bultzada ematearen balorazioa ere. Proposamen horrek, halaber, autokarabanetarako aparkalekuaren erabiltzaileei gogobetetze-inkestak egiteko aukera ere jasotzen du, zerbitzuak profil horren beharretara eta eskarira egokitzeko, kontuan izanik nabarmen handitu dela eskaria.	EKINTZA NAGUSIAK	8.EK.1 Bergarako ostatu-eskaintza hobetzeko (hala badagokio), sortzeko eta dibertsifikatzeko bideragarritasun-plan bat egitea.				
			8.EK.2. Erabilera turistikoko etxebizitzak bultzatzearen bideragarritasuna aztertzea, indarreko araudia zorrotz betez.				
			8.EK.3. Autokarabanetarako aparkalekuaren erabiltzaileei gogobetetze-inkesta bat egitea.				
HELBURU OPERATIBOAK	• Bergarako ostatu-eskaintza dibertsifikatzea bideragarria ote den aztertzea, eskari-hobi eta -segmentuetara hobeki egokitu dadin. • Merkatu-hobi berriak erakartzea, ostatu-eskaintza turismo-produktuekin lotuz eta turistaren profilerara egokituta betiere. • Indarreko legeriari eta araudiari jarraikitzen dion kalitatezko eskaintza sortzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Udala Ekimen pribatua				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK	Eusko Jaurlaritza DFG				
		LEHENTASUNA	ERTAINA				
		AURREKONTUA					
		ADIERAZLEAK	Ostatu-tipologietako bakoitzean sortutako ostatu-plazen kopurua.				
		EPEA	2022	2023	2024	2025	



6. Plan Operazionala

47

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAINZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAINZTA BAT GARATZEA.		
PROGRAMA	P.9. Kultura turismoa garatzeko programa.		
JARDUERA-ILDOAK	J.I.9 Ondare historiko eta kulturalaren garrantzia azpimarratzeko eta hura zabaltzeko modua berritzea.		
DESKRIBAPENA	Jarduketa-ildo horren osagarri dira bisitaldi-programetan ondare-elementuak sartzeari buruzko 2. ardatzeko 7. P-ko ekintzak. Bergaran ikerketarekin eta berrikuntzarekin lotutako gertaera eta jazokizun garrantzitsuak izan dira –Bergarako Errege Mintegiak sustatuak–; halaber, gertakari historiko esanguratsuak ere egon dira, hala nola Bergarako besarkada, San Frantzisko Borjakoaren presentzia, eta abar. Dagoeneko aipatu dugu bisitatu daitekeen edo bisitaldi gidatueta barne hartzen den edo kultura-ondarea txikia dela gaur egun; horrenbestez, udalerrian ahalmen handiko kultura-eskaintza zabaltzeko eta hobetzeko, jazokizun garrantzitsuak –nola historikoak hala ikerketa zientifikoaren alorrekoak– bultzatzea proposatzen da, eta horretarako, bisitaldien formatu berriak asmatzea (adibidez, <i>story telling</i> kontakizun bat), noizbehinka bisitaldi teatralizatuak antolatzea eta errealitate birtualeko baliabideak ere erabiltzea. Ekintza horiek, bisitariei ez ezik, bergararrei ere zuzenduta daude. Bergarako landa-eremuetako auzoek aukera bikaina eskaintzen dute landa-eremuko arkitektura-ondarea ezagutzeko, besteak beste, baserriak, ermitak eta Agerre baserriko garaia: ez dira hain ezagunak, baina landa-eremuko arkitekturaren adierazgarriak dira. Gainera, Elosutik gertu gaztelu bat izan zen. Ez dago gazteluaren arrastorik ikusgai, baina haren balioa azpimarra daiteke argibide-panelen bidez. Halaber, urteko aldi jakin batzuetan ate irekien jardunaldietarako eta bisitaldi gidatuetaarako programa bat diseinatu nahi da esperientzia-formatuetan (kontzertuak, aurkezpenak, antzerkia, dastaketak, etab.), normalean itxita egoten diren eraikinak barne hartuta.	EKINTZA NAGUSIAK	9.EK.1 Kontakizun eta formatu berri bat diseinatzea bisita gidatuetaarako, udalerriko baliabide turistiko nagusiekin lotura duten eduki eta gaiekin, eta egungo eskarira bideratuta: story telling, errealitate birtuala, bisita antzeztuak...
			9.EK.2 Bergara garrantzi zientifikoko helmuga gisa posizionatzea (<i>European Physical Society</i>).
			9.EK.3 Ezagutza zientifikoari eta harekin erlazioatutako gertaera historikoei buruzko produktu bereizgarri eta esklusiboak sortzea Bergararako.
			9.EK.4 Bertako ondare etnografikoa (ermitak, elizak, baserriak), paisajistikoa, antropolokikoak, euskara... publiko ezberdinentzako eduki narratiboen bidez integratzea, bertako protagonisten parte-hartzearekin.
			9.EK.5 Bergarako bisita Ignaziotar Lurraldea produktuan sartzeari. Bertan, Urola Garaia (Antioko basiliza) Urola Erdia (Loiolako santutegia) eta Debagoiena (Arantzazuko santutegia) eskualdeek parte hartzen dute.
			9.EK.6 Euskara aktibo turistiko bezala lantzea.
			9.EK.7 San Pedroko Elizako gangak bisitatzeko aukera aztertzea.
			9.EK.8 Erlijio-ondarearen berri ematen hasteko programa bat diseinatzea, balio handia baitute udalerriko ondare monumentalak eta liturgikoak.

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAINTZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA						
HELBURU ESTRATEGIKOA		UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAINTZA BAT GARATZEA.						
PROGRAMA		P.9. Kultura turismoa garatzeko programa.						
JARDUERA-ILDOAK		J.I.9 Ondare historiko eta kulturalaren garrantzia azpimarratzeko eta hura zabaltzeko modua berritzea.						
HELBURU OPERATIBOAK	- Bergarako kultura-eskaintzaren presentzia handiagoa Basquetourrek sustatutako turismo-politikan. - Udalerriko kultura-eskaintza zabaltzea eta kultura-ondareko elementu berriak eskuratzea erraztea. - Bergara kultura-turismoaren helmuga gisa hobeki kokatzea eta bereiztea. - Hainbat eragile publikok eta pribatuk parte hartzea eta aktiboki sartzea, eta, horretarako, estrategia komun bat sortzea, proposamen turistiko-kulturalen eskuragarritasuna eta fluxu turistikoen banaketa sustatzeko. - Eskariaren urtarokotasuna gainditzea. City breakaren helmuga osagarria izatea, kokapen estrategikoa duela kontuan izanik.	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Bergarako Udala eta Turismo arloa				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		Gipuzkoako Foru Aldundia Debagoiena Turismo				
		LEHENTASUNA		ALTUA				
		AURREKONTUA						
		ADIERAZLEAK		Formatu berriak eskaintzen dituzten bisitaldien kopurua. Bisitatzeko irekitako eraikinen kopurua.				
		EPEA		2022	2023	2024	2025	

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAINTZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAINTZA BAT GARATZEA.		
PROGRAMA	P.10. Natur turismoa garatzeko programa.		
JARDUERA-ILDOAK	J.I.10 Natura-eskaintza egituratzeko plana.		
DESKRIBAPENA	Udalerri honetako natura-turismoaren eta turismo aktiboaren eskaintza, funtsean, bi ibilbidetan oinarritzen da: batetik, Dolmenen Ibilbidea, zeinaren produktu- eta sustapen-estrategia partekatua baita Debabarrenarekin; eta bestetik, Ferrocarril Vasco Navarrok Bide Berdea, zeinak, eskualdea antolatzeaz gain, bideak zeharkatzen dituen helmugak konektatzeko ere baitihardu eta hainbat erabiltzaile-profiletarako egokia baita. Euskadiko Turismo Sailak eta Nafarroako Turismo Departamentuak bultzatutako produktu turistikoa da, eta udalerriari mesede egiten dio argi eta garbi. Wikiloc plataforman presentzia handia duten SL, GR eta PR ibilbideak ere badaude. Turismo-zerbitzuetako bi enpresa ditu; horietako batek ingurune naturalean zehar egiteko ibilbideak eskaintzen ditu; besteak, ordea, zaldiz egiteko ibilaldiak. Programa honen lan-ildoa eskaintza hori bultzatu eta zabaltzean datza, baliabide egokiak identifikatu ondoren betiere, eta horren ondoren, profil bakoitzera egokitutako eduki eta ibilbide berriak sortzea, marketinaren atalean jasoko diren sustapen-ekintzak barne hartuta. Natura-ingurunearekin lotutako proposamenak, segmentatutako bisitari-profil bat izateaz gain, kultura-turismoaren eta familia-turismoaren osagarri garrantzitsuak dira; familia-turismoaren kasuan, edukiak dihardu, Euskadirentzat oso garrantzitsua den merkatu-hobi horretara egokitua betiere.	EKINTZA NAGUSIAK	10.EK.1 Natura-eskaintza egituratu eta lehiakor baten parte izateko moduko baliabideak eta eskaintza turistikoa identifikatzea, betiere turismo jasangarriaren ikuspegitik.
			10.EK.2 Aktibitate- eta Natura-Turismoko produktuak sustatzea, eskaintza seguru eta kalitatezkoarekin: mendi-ibilaldiak, zaldi eta bizikleta-ibilaldiak, erregulartasunez publiko guztientzat eskainiz.
			10.EK.3 Vasco-Navarro Trenaren Bide Berdea bultzatzen jarraitzea, eskualdea egituratzen duen elementu gisa eta intereseko beste helmuga batzuekin lotzeko tresna.
			10.EK.4 Dolmenen Ibilbideari bultzada ematea, kontakizun bat eta esperientzia-formatu bat diseinatuta eta Debabarrenarekin elkarlanean jarraituz.
			10.EK.5 Ibilbideen presentzia eguneratzea Wikiloc ibilbideen aplikazioan.
			10.EK.6 Angiozarko PRaren homologazioa sustatzea.
			10.EK.7 "Natura turismo umeekin" produktua sustatu, Bergarak duen hainbat eskaintza kontutan izan da:: autokarabanan area, Labegaraietako aisialdi-jolas gunea, Labegaraietatik erdigunerainoko bidegorria, erdiguneko lorategiak, Agorrosingo igerilekua, San Martin eskolako jolas-leku berria...

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAINTZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA						
HELBURU ESTRATEGIKOA		UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAINTZA BAT GARATZEA.						
PROGRAMA		P.10. Natur turismoa garatzeko programa.						
JARDUERA-ILDOAK		J.I.10 Natura-eskaintza egituratzeko plana.						
HELBURU OPERATIBOAK	- Lurraldearen ikuspegitik, natura-baliabide eta -eskaintza horien osaera turismo-irizpideekin birpentsatzea, hirigunearen osagarri garrantzitsutzat hartuta. - Bergarako turismo-eskaintza osatzea. - Merkatuko beste segmentu batzuk erakartzea. Batez besteko egonaldia luzatzea. - Udalerria bisitatzeko motibazio berriak sortzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Bergarako Turismo arloa				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		Debagoiena Turismo Basquetour				
		LEHENTASUNA		ALTUA				
		AURREKONTUA						
		ADIERAZLEAK		Produktu anitzeko eskaintza sortua. Eskainitako jardueren kopurua. Hautemandako eskaria handitzea.				
		EPEA		2022	2023	2024	2025	

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAINTZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA					
HELBURU ESTRATEGIKOA	UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAINTZA BAT GARATZEA.						
PROGRAMA	P.11. <i>Touring-a</i> eta txangoletasuna garatzeko programa.						
JARDUERA-ILDOAK	J.I.11 Bergara <i>touring-a</i> praktikatzeko epizentro gisa eta beste helmuga batzuen bisitaldi osagarri gisa kokatzea.						
DESKRIBAPENA	<i>Touringa</i> produktu estrategikotzat hartzen da Euskadiko turismo-politikan, eta berau osatzen duten turismo-helmugak ezagutzeko aukera ematen du. Basquetourrek touringeko produktuaren antolamenduan eta sustapenean lan egiten du, argudio tematiko edo multitematikoak dituzten programen bidez, jatorri-puntu gisa turismo-nodo jakin batzuk hartuta, hala nola EAEko hiru hiriburuak, Arabako Errioxa, Euskal Kostaldea edo Euskadiko barnealdeko kokagune batzuk. Ekintza honen helburua zera da, Bergara produktu honen interesguneetako bat izan dadin lortzea, eta bisita-proposamenak banaka eta eskualdeko beste udalerri batzuekin koordinatuta lantzea, Debagoiena Turismoarekin eta Euskadiko beste helmuga interesgarri batzuekin lankidetzan. Udalerriaren kokapen estrategikoak eta bide-loturak kokapen hori errazten du. Aldi baterako jarduerak sortzea, gainera, lagungarria da urteko aldi jakin batzuetan bisitariak erakartzeko.	EKINTZA NAGUSIAK	11.EK.1 Bergara <i>touring-a</i> praktikatzeko epizentro gisa kokatzeko ekintzak bultzatzea.				
			11.EK.2 Debagoienarekin, Gipuzkoako beste eskualde batzuekin eta Euskadiko beste eskualde batzuekin uztartutako eskaintza sortzea.				
			11.EK.2 Aldi baterako turismo-jardueren programa diseinatzea: Aste Santua, Gabonak, beste erkidego batzuetako zubi eta jaiegunak eta hurbileko helmugak.				
HELBURU OPERATIBOAK	Bisitari-fluxu berriak erakartzea. - Bergarako ostatu-, merkataritza-, jatetxe- eta turismo-zerbitzuen eskaintza dinamizatzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Turismo arloa				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK	Debagoiena Turismo Euskadiko beste eskualdeak Basquetour DFG				
		LEHENTASUNA					
		AURREKONTUA					
		ADIERAZLEAK	<i>Touringeko</i> programak diseinatzea. Produktu horretan atzemandako eskaria.				
		EPEA	2022	2023	2024	2025	

+ 6. Plan Operazionala

52

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAITZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAITZA BAT GARATZEA.		
PROGRAMA	P.12. Turismo enogastronomikoa garatzeko programa.		
JARDUERA-ILDOAK	J.I.12 Esperientzia eta jarduera enogastronomikoak diseinatzea.		
DESKRIBAPENA	Bergaran, gastronomia ez da produktu nabarmen edo lehentasunezkoa, baina bisitaldiaren osagarri eta zerbitzu garrantzitsua da bisitari-profil jakin batzuetarako. Udalerriak badu sukaldaritza tradizionalako jatetxeen eskaintza, eta Bergarako erreilenoak eta tostoiak dira bertako produktu tipikoak. Duela gutxi, beste gozoki bat gehitu zaio Bergarako eskaintza gastronomiko horri: Basque Culinary Centerrek Wolfram Goxoa izeneko gozoki bat sortu du, gozogintza-tradizioa mugarri zientifiko batekin (wolframioaren isolamendua) uztartuta. Programa honen ardatza eskaintza gastronomikoaren jarraitutasuna eta sustapena da, bisitariak gogobetetzeko gai diren proposamen berriak sortuz eta etengabeko hobekuntzaren bidez. Programa osatzen duten ekimenetako batzuk honako hauek dira: elementu gozo berri hori dastaketa eta uztartzeetan txertatzea, sukaldaritzan km 0 delakoaren filosofia txertatzea eta Debagoiena Turismok sustatutako ekintzetan parte hartzen jarraitzea, sektoreen arteko harremanetarako eta helmugaren sustapenerako elementu baitira. Turismo sektoreak, Euskadi Gastronomikan parte hartzea bultzatzea ere barne hartzen du.	EKINTZA NAGUSIAK	12.EK.1 Euskadin Gastronomikan parte hartzea bultzatzea.
			12.EK.2 Debagoienak sustatutako sustapen-ekimenetan parte hartzen jarraitzea.
			12.EK.3 Tokiko produktuak bultzatzea: erreileno eta tostoiak, Wolfram goxoa eta beste km0 produktu batzuk; herriko establezimenduetan erosteko aukera erraztea.
			12.EK.4. Km 0 produktuekin, Bergarako gozokiekin eta abarrekin dastaketak eta uztarketak antolatzea.

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAINTZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA						
HELBURU ESTRATEGIKOA		UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAINTZA BAT GARATZEA.						
PROGRAMA		P.12. Turismo enogastronomikoa garatzeko programa.						
JARDUERA-ILDOAK		J.I.12 Esperientzia eta jarduera enogastronomikoak diseinatzea.						
HELBURU OPERATIBOAK	- Bisitariei kalitatezko zerbitzua ematea. Km 0 produktuen kontsumoa bultzatzea, filosofia hori udalerrriaren sukaldaritza-eskaintzan txertatuta.	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Bergarako Turismo arloa.				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		Sektore pribatua: ostalaritza, gozogileak, ekoizleak. Debagoiena Turismo Basquetour				
		LEHENTASUNA		ERTAINA				
		AURREKONTUA						
		ADIERAZLEAK		Antolatutako jarduera gastronomikoen kopurua. Bertaratutako pertsonen kopurua. Euskadi Gastronomikari atxikitako enpresen kopurua handitzea.				
		EPEA		2022	2023	2024	2025	

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAINTZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA				
HELBURU ESTRATEGIKOA		UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAINTZA BAT GARATZEA.				
PROGRAMA		P.13. Turismo profesionala eta industrialia garatzeko programa.				
JARDUERA-ILDOAK		J.I.13 Turismo profesionala balio-kate turistikoan txertatzea.				
DESKRIBAPENA	Bergara industria-jarduera handiko udalerrria da, eta bisitari profesionalak ere erakartzen ditu. Hala ere, turismo-segmentu gisa tipifikatuta dagoen arren –industria-inguru gehienetan gertatzen den bezala–, jarduera hori ez dago integratuta turismo-balioaren katean. Ez dago daturik halako lanbide-turismoaren profilari eta eskariari buruz, baina esan behar da mota horretako turismoak urtarokotasuna gainditzeko eta eskaria dinamizatzeko efektua duela, eta Bergarako turismo-sektoreak ere gauza bera deritzo. Gabezia hori eskualdeko beste udalerrri batzuetan ere atzematen da, Oñatin, esaterako. Jarduera-ildo honen helburua industria-jarduera balio-kate turistikoan sartzea da, enpresek eragiten dituzten bisitaldien profila eta portaera eta horiek udalerrian duten eragina ezagutzea ahalbidetuko duen azterlan baten bidez, eta, aldi berean, segmentu horren premiak atzematea.	EKINTZA NAGUSIAK	13.EK.1 Merkatuaren azterketa egitea, turismo-segmentu honen profila eta portaera ezagutzeko.			
			13.EK.2 Eskaintza hautemandako behar eta eskaeretara egokitzea.			
HELBURU OPERATIBOAK	• Turismo profesionala turismoaren balio-katean txertatzea. • Publiko-profil horren eskaerei erantzutea. • Turismo-eskaintzaren sasoikotasuna arintzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Udala eta Turismo arloa			
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK	Udalerrriko industria enpresak			
		LEHENTASUNA	ERTAINA			
		AURREKONTUA				
		ADIERAZLEAK	Ikerketa egitea hautemandako eskariari erantzuteko. Hartutako neurrien kopurua.			
		EPEA	2022	2023	2024	2025

+ 6. Plan Operazionala

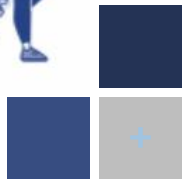
55

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAITZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAITZA BAT GARATZEA.		
PROGRAMA	P.14. Familia turismoa garatzeko programa.		
JARDUERA-ILDOAK	J.I.14 Familia turismoa bultzatzeko plana.		
DESKRIBAPENA	Basquetourrek emandako datuen arabera, familia-turismoa eskariaren % 23 da Euskadin. Gero eta helmuga gehiagok egokitzen eta sortzen dituzte segmentu horretara bideratutako programak, aipatutako Turismoaren Euskal Agentziak bultzatutako produktu-klub bat baitu. Eskaintza online eta offlineko hainbat sustapen-euskarriren bidez sustatzen da; horien artean, nabarmentzekoa da webgunea, Euskadiko sei turismo-marken arabera banatutako baliabideekin; Bergararen kasuan, «Mendiak eta Haranak» izango litzateke. Halere, udalerrria ez da ageri atari horretako ezein ataletan (160 enpresa baino gehiago daude atari horretan). Haurrekin egiteko planak - Familia turismoa (euskadi.eus) Debagoiena Turismok ere jasotzen du produktu hori bere webgunean, non, egituratutako produkturik ez dagoenez halako gisa, ez baita Bergara ageri. Gure ustez, Udalerriaren turismo-eskaintzak produktu horren balizko parte diren hainbat osagai ditu. Azpirarratzekoa da, halaber, Gipuzkoako Foru Aldundiak sustatutako Ondarearen Europako Jardunaldien esparruan Bergarak antolatutako ekintzetako batek familientzako ekimen bat barne hartzen duela: Bergarako Geologia eta Ondarea ezagutu familian.	EKINTZA NAGUSIAK	14.EK.1. Bergarako turismo-eskaintza turismo-segmentu horren eskarira egokitzea.
			14.EK.2 Basquetourrek funtsezko segmentu honetarako sustatutako sustapen-ekimenetan parte hartzea.
			14.EK.3. Eskualdeko beste udalerrri batzuekin baterako planak garatzea.
			14.EK.4 Bergara herri hezitzaile bezala bultzatzea (Bergara umeekin eta umeentzat): gabonetako eta udako programa Laboratorium Museoa, Bergarako Kultur Sailak antolatzen dituen ekitaldiak eta jarduerak...

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAITZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA						
HELBURU ESTRATEGIKOA		UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAITZA BAT GARATZEA.						
PROGRAMA		P.14. Familia turismoa garatzeko programa.						
JARDUERA-ILDOAK		J.I.14 Familia turismoa bultzatzeko plana.						
HELBURU OPERATIBOAK	• Udalerrian turismo-eskaintza berri bat sortzea. • Turismo-sektoreko harreman publiko-pribatuak sendotzea. • Bergara Euskadiko familia-turismoaren eskaintzan sartzea. • Parte hartzen duten beste helmuga batzuekiko harremanak bultzatzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Bergarako Turismo arloa				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		Debagoiena Turismo Basquetour				
		LEHENTASUNA		ALTUA				
		AURREKONTUA						
		ADIERAZLEAK		Sortutako familia-turismoko programen kopurua. Parte hartzen duten enpresen kopurua. Bergara Euskadiko familia-turismoko klubean sartzea.				
		EPEA		2022	2023	2024	2025	

3. ARDATZA		TURISMO-ESKAITZAREN ETA PRODUKTUEN GARAPENA ETA HOBEKUNTZA						
HELBURU ESTRATEGIKOA		UDALERRIAREN AHALMENARI JARRAIKITZEN DION ETA ESKALARA EGINDA DAGOEN TURISMO-ESKAITZA BAT GARATZEA.						
PROGRAMA		P.15. Ekitaldietako turismoa sustatzeko programa.						
JARDUERA-ILDOAK		J.I.15 Programa kulturalak erakartzeko lana bultzatzea, Seminarixoarekin lankidetzan.						
DESKRIBAPENA	Programa honen bidez, orientazio turistiko handiagoa eman nahi zaie Bergaran programatutako ekitaldiei, batez ere Seminarixoak antolatutakoei. Kulturgune horrek teknologia modernoa du, eta XVIII. mendeko ondarearen parte den eraikin historiko batean kokatuta egonik, erakarpen-elementu bat da berez. Kultura-ekipamendu honek programazio zabala eskaintzen du, arte-diziplina ugaritako ekimenekin. Seminarixoak antolatutako ekitaldiak web orrialdean aurkitu ahal dira (https://seminarixoa.eus/). Udalako Kultur Departamentuak bere agenda online formatuan du ere, eta hilero esku-orri bat bidaltzen da biztanleriari agendarekin. Jarduera hori osatzeko komenigarria izango litzateke euskarri hau Bergarako turismo-sektoreko enpresei ere zabaltzea, udalerrriak antolatzen dituen ekintzen inguruan enpresak bere eskaintza turistikoa sortu eta zabaldu ahal izateko.	EKINTZA NAGUSIAK	15.EK.1 Seminarixoko arduradunekin koordinatzea, intereseko ekitaldiak erakartzeko, bereziki, kulturalak.					
			15.EK.2. Euskarri bat argitaratzea, informazioa emateko jomuga izango izanik, jardueren egutegi finkatu bat bildu eta ekitaldi interesgarrien programazioa jasoko duena, turismo-sektorean (ostatua) zabaltze aldera.					
			15.EK.3 Euskadi eta Euskaditik kanpo bisitariak erakartzen dituzten ekimenak bultzatzea: San Antonio txirringarritza lasterketa, Atxintxika lasterketa, Damasa kriteriuma, etab.					
			15.EK.4 Udalerrian antolatzen diren kirol-jarduerak bultzatzen jarraitzea, eta ekitaldi berrien bideragarritasuna aztertzea: piraguismoa Labegaraia inguruan (Beti-Busti).					
			HELBURU OPERATIBOAK	- Bisitarien artean ekitaldien eskaintza zabaltzea. - Bisitarien egonaldia proposamen interesgarriekin osatzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Udala eta Turismo arloa		
INPLIKATUTAKO ERAGILEAK	Udalerriko turismo enpresak							
LEHENTASUNA	ERTAINA							
AURREKONTUA								
ADIERAZLEAK	Ekitaldien euskarria editatzea. Programatutako ekitaldietarako bisitarien kopurua.							
EPEA	2022	2023			2024	2025		

6.6. Ardatza: marketin turistikoa





6. Plan Operazionala

4. Ardatza: marketin turistikoa

Ardatz honen helburu nagusia zera da, **Bergararen kokapen-prozesua eta turismo-produktu eta -zerbitzuak sustatzeko eta merkaturatzeko estrategia zehaztea, kokapen horren arabera betiere**. Merkatuen adimeneko lan-ildoak hartu behar ditu kontuan, eskariaren premiak ezagutzeko eta markaren kudeaketan eragiteko (balioak, nortasuna eta ospea), eta, horretan oinarrituta, lortu nahi den sustapen-estrategia planteatu behar du, komunikazioaren, sustapenaren eta merkaturatzearen arloan dagozkion euskarri eta ekimenekin. Hainbat eskalatan oinarritutako ardatza da, batez ere sustapenaren eta merkaturatzearen atalean, udalaz gaindiko ekimenak honako hauen babespean garatzen baitira: Debagoiena Turismoa, Basquetour («Mendiak eta Haranak» marka) eta Gipuzkoako Foru Aldundia.

Komeni da aipatzea ardatz honetan bi topaketa sektorialetan parte hartu duen Bergarako **turismo-sektoreak gabezia handiak utzi dituela agerian, batez ere informazio-euskarri egokiei eta helmugaren sustapenari dagokienez**.

P16 TURISMO MARKA ERABILTZEKO PROGRAMA	P17 BISITARIAREN ESKARIA ETA ESPERIENTZIA EZAGUTZEKO PROGRAMA	P18 SUSTAPEN- ETA MERKATURATZE- EUSKARRIAK EDITATZEKO PROGRAMA	P19 MERKATURATZEA SUSTATZEKO ETA LAGUNTZEKO PROGRAMA	P20 KOMUNIKAZIO-PROGRAMA
Marka diseinatzea, aplikazioen eskuliburua garatzea eta hura hedatzea	Bergara bisitatzen duen publiko erreal eta potentzialaren profila eta motibazioak ezagutzea	Informazio-euskarriak egungo eskarira egokitzea, diseinuan, produkzioan eta hedapenean koherentzia-irizpideak aintzat hartuta, bai eta arrazionalizazio-irizpideak ere, eta gero eta gehiago eboluzionatzea <i>online</i> formatuetara	Komertzializazioa eta promozioa sustatzeko plan bat diseinatzea, Bergarako eskaintzarako kanal eta euskarri egokiak identifikatuta	Komunikazio-estrategia bat diseinatzea, <i>online</i> ko eta <i>offline</i> ko ekintza koordinatuekin



4. Ardatza

Marketin turistikoa

Marka turistikoa kokatzeko estrategia, antolatutako ekintzetan eta on eta off line euskarrietan.

Testuen eta irudien dokumentu-base bat garatzea eta kudeatzea, informazio-eskaera desberdinei erantzuteko: komunikabide profesionalak eta generikoak, turismoa erakartzeko enpresak eta erakundeak (Debagoiena Turismoa, Basquetour, GFA...).

Lehenetsitako turismo-produktuetan espezializatutako bitartekariak eta kanalak identifikatzea.

Hurbileko merkatuetan kanpainak diseinatzea

Informazio-euskarriak bisitarien informazio-eskaerara eta ezarritako segmentazio turistikoaren beharretara egokitzea. Offlineko eta onlineko formatu deskargarrian.

Debagoiena Turismoarekin lankidetzan aritzea turismoa erakartzen duten enpresak identifikatzeko, eta, hala, Bergarako eskaintza turistikoaren posizionamendua indartzeko.

Social Media Plan bat garatzea Bergarako interesgarriak diren sare nagusietan.

Informazio-pilulak eta kreatibitateak erraztea sektore pribatuari bere sare sozialen bidez hedatu ditzaten, helmugaren eta enpresaren berri zabaltzeko elementu direnez.

4. ARDATZA		MARKETIN TURISTIKOA						
HELBURU ESTRATEGIKOA		BERGARAREN PROTAGONISMO HANDIAGOA LORTZEA EUSKADIKO TURISMOAREN EGOERAN ETA MERKATUAN, PRODUKTU- ETA SUSTAPEN-EKIMEN ERAGINKORRAK GARATUZ.						
PROGRAMA		P.16. Turismo marka erabiltzeko programa.						
JARDUERA-ILDOAK		J.I.16 Marka diseinatzea, aplikazioen eskuliburua garatzea eta hura hedatzea.						
DESKRIBAPENA	Bergarak jada baditu bai irudi korporatibo bat bai kode bisual bat, baita bertsio eta aplikazio turistikoarekin ere. Programa honek isotipo horren erabilera indartu eta sistematizatu nahi du, bai Udalak bai turismo-sektoreak argitaratutako turismo-educiko euskarrietan, marka hori erabiliz Bergara Turismok parte hartzen dueneko turismo-ekimenetan, bai eta argitalpenetan ere, estiloa, koloreak eta tipografiak homogeneizatzeko irizpideak aplikatuta, helmuga erraz identifikatzeko moduan.	EKINTZA NAGUSIAK	16.EK.1 Marka turistikoa kokatzeko estrategia, antolatutako ekintzetan eta on eta off line euskarrietan.					
			16.EK.2 Irudi korporatiboa eta estiloa aplikatzea online eta offlineko turismo-argitalpenetan, nola sektore publikokoetan hala pribatukoetan.					
HELBURU OPERATIBOAK	• Turismoa udalerriko jarduera sozioekonomiko eta kulturalaren beste osagai bat dela ikusaraztea. • Turismo-markaren irudia nabarmentzea xede-bisitarietan, udalerriko turismo-eskaintza behar bezala kokatzeko. • Marka proiektatzea komunikazio-agertokian, barnekoan zein kanpokoan. • Komunikazio-ekintzen arabera, beste marka batzuekiko bizikidetza egokia bilatzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Udala eta Turismo arloa					
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK	Turismo sektore pribatua					
		LEHENTASUNA	ERTAINA					
		AURREKONTUA						
		ADIERAZLEAK	Online eta offlineko zenbat komunikazio-euskarri eta -ekimenetan aplikatzen den. Sektore pribatuaren erabilera-maila.					
		EPEA	2022	2023	2024	2025		

+ 6. Plan Operazionala

62

4. ARDATZA		MARKETIN TURISTIKOA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	BERGARAREN PROTAGONISMO HANDIAGOA LORTZEA EUSKADIKO TURISMOAREN EGOERAN ETA MERKATUAN, PRODUKTU- ETA SUSTAPEN-EKIMEN ERAGINKORRAK GARATUZ.		
PROGRAMA	P.17. Bisitariaren eskaria eta esperientzia ezagutzeko programa.		
JARDUERA-ILDOAK	J.I.17 Bergara bisitatzen duen publiko erreal eta potentzialaren profila eta motibazioak ezagutzea.		
DESKRIBAPENA	Egungo ingurune turistiko zeharo lehiakor honetan, ezinbestekoa da merkatu-adimeneko sistema bat sortzea, helmugara egokitutako informazioa eman eta eremu publikoan nahiz pribatuan parte hartzen duten eragile guztien artean ezagutarazteko. Turismo-merkatuaren ezagutza, segmentazioan eta mikrosegmentazioan oinarritutako sustapena antolatzeke aukera emango duen informazioa, udalerriaren ez ezik, eskualde osoaren balio bereizgarriak transmititzeko gai izango dena. Euskadiko turismo-behatokiek (Ibiltur eta Gipuzkoako Behatokia) ez dituzte datuak udalerriaren eta eskualdearen arabera bereizten, eta, beraz, eskaintzen dituzten datuak Euskadi osoari dagozkio eta 6 turismo-marketan oinarrituta daude, eta Gipuzkoa osoari dagozkio, Gipuzkoako Foru Aldundiaren kasuan. Helmuga baten benetako eta balizko xede-bisitarien profila ezagutzeko oso baliabide erabilgarriak dira. Udalerriaren mailan informazioa lortzeko, bisitarien unean uneko inkestak egitea gomendatzen da, baita bisitatu daitezkeen lekuetan datuak biltzeko sistema bateratzea ere. Horretarako, gutxieneko irizpide komun batzuk zehaztuko dira, aztertu ondoren, udalerriko eta eskualdeko bisitarien profilari eta motibazioari buruzko informazio praktikoa eta bateratua lortze aldera. Halaber, informazio hori eta aipatutako erakundeek egindako azterlanei buruzko informazioa biltzea, aztertzea eta turismo-sektorean zabaltzea gomendatzen da.	EKINTZA NAGUSIAK	17.EK.1 Bisitarien harrera-guneetan etorritako jende kopurua zenbatzeko irizpideak bateratzea: Turismo Bulegoa, Laboratorium Museoa...
			17.EK.2 Udalerria bisitatzen duten pertsonei inkestak egitea.
			17.EK.3 Basquetourrek eta GFAk egindako turismo-portaerari buruzko azterlanak turismo-sektoreari zabaltzea.

4. ARDATZA		MARKETIN TURISTIKOA						
HELBURU ESTRATEGIKOA		BERGARAREN PROTAGONISMO HANDIAGOA LORTZEA EUSKADIKO TURISMOAREN EGOERAN ETA MERKATUAN, PRODUKTU- ETA SUSTAPEN-EKIMEN ERAGINKORRAK GARATUZ.						
PROGRAMA		P.17. Bisitariaren eskaria eta esperientzia ezagutzeko programa.						
JARDUERA-ILDOAK		J.I.17 Bergara bisitatzen duen publiko erreal eta potentzialaren profila eta motibazioak ezagutzea.						
HELBURU OPERATIBOAK	- Eskariaren ezagutza hobetzea eta eskaintza egokitu ahal izatea. - Informazio praktikoa lortzea ahalbidetzen duten baliabide erabilgarriak izatea. Profesionalizazioan eta etengabeko hobekuntzan aurrera egitea, turismo-sektore informatu batekin.	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Bergarako Turismo arloa				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		Debagoiena Turismo Basquetour DFG				
		LEHENTASUNA		ALTUA				
		AURREKONTUA						
		ADIERAZLEAK		Harrera guneeetan irizpideak bateratzea Inkestak egitea. Azterlanak zabaltzea.				
		EPEA		2022	2023	2024	2025	

+ 6. Plan Operazionala

64

4. ARDATZA		MARKETIN TURISTIKOA					
HELBURU ESTRATEGIKOA		BERGARAREN PROTAGONISMO HANDIAGOA LORTZEA EUSKADIKO TURISMOAREN EGOERAN ETA MERKATUAN, PRODUKTU- ETA SUSTAPEN-EKIMEN ERAGINKORRAK GARATUZ.					
PROGRAMA		P.18. Sustapen- eta merkaturatze-euskarriak editatzeko programa.					
JARDUERA-ILDOAK		J.I.18 Informazio-euskarriak egungo eskarira egokitzea, diseinuan, produkzioan eta hedapenean koherentzia-irizpideak aintzat hartuta, bai eta arrazionalizazio-irizpideak ere, eta gero eta gehiago eboluzionatzea <i>online</i> formatuetara.					
DESKRIBAPENA	Ekintza honen bidez, jada existitzen diren turismo-informaziorako euskarriak aldeztu nahi dira, honako hauek lortzeko: - Bisitarien informazio-eskariak eta -premiak identifikatzea eta integratzea. - Balizko gabeziak atzematea. Bergarara etortzen diren pertsonen motibazioa, baliabideen ahalmena eta esperientziaren balorazioa ezagutzea dira turismo-euskarrien informazioa eta edizioa bideratzeko oinarriak. Turismo Plan hau egiteko prozesuan, euskarriak eskarira egokitu behar direla atzeman da, bai eta erabilera profesionalerako dokumentu-oinarri bat sortu eta kudeatzeko premia ere. Onlineko inguruneak protagonismoa hartzen du, bai lekura iritsi baino lehen, bai bisitariak helmugan dauden bitartean, bai egonaldia amaitu ondoren. Horregatik, argitalpen horiek zabaltzea edo hobetzea proposatzen da (online eta offline), eta, aldi berean, irisgarritasunaren eta komunikazio unibertsalaren kodeak sartzea.	EKINTZA NAGUSIAK	18.EK.1 Informazio-euskarriak bisitarien informazio-eskaerara eta ezarritako segmentazio turistikoaren beharretara egokitzea. <i>Offline</i> ko eta <i>online</i> ko formatu deskargarrian.				
			18.EK.2 Testuen eta irudien dokumentu-base bat garatzea eta kudeatzea, informazio-eskaera desberdinei erantzuteko: komunikabide profesionalak eta generikoak, turismoa erakartzeko enpresak eta erakundeak (Debagoiena Turismoa, Basquetour, GFA...).				
HELBURU OPERATIBOAK	- Informazio-euskarrietan emandako informazioa aztertzea eta hobetu edo zabaltzea behar ote den baloratzea. Informazio eguneratua –udalerrira bisitatzen duten pertsonentzako erabilgarria– zabaltzea. - Turismo-informaziorako sarbidea erraztea. - Interneteko presentzia handitzea. Turismo-komunikazioaren edukia hobetzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK	Bergarako Turismo arloa				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK	Debagoiena Turismo Turismo sektore pribatua				
		LEHENTASUNA	ALTUA				
		AURREKONTUA					
		ADIERAZLEAK	Aztertutako eta eguneratutako euskarrien kopurua.				
		EPEA	2022	2023	2024	2025	

+ 6. Plan Operazionala

65

4. ARDATZA		MARKETIN TURISTIKOA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	BERGARAREN PROTAGONISMO HANDIAGOA LORTZEA EUSKADIKO TURISMOAREN EGOERAN ETA MERKATUAN, PRODUKTU- ETA SUSTAPEN-EKIMEN ERAGINKORRAK GARATUZ.		
PROGRAMA	P.19. Merkaturatzea sustatzeko eta laguntzeko programa.		
JARDUERA-ILDOAK	J.I.19 Komertzializazioa eta promozioa sustatzeko plan bat diseinatzea, Bergarako eskaintzarako kanal eta euskarri egokiak identifikatuta.		
DESKRIBAPENA	Turismo-sektoreak lehentasun argikotzat jo duen jardueraildoetako bat da. Programaren helburua honako hau da: Bergara turismo-merkatuan kokatzea (eskualde-esparruan eta duen ahalmenean oinarrituta), udalerriko produktuen ezagutza sortzea eta produktuen eskaria handitzea. Hori guztia udalaz gaindiko erakundeekin lankidetzan, bereziki Debagoiena Turismo erakundearekin, jarduketen efikaziaren eta sinergiaren alde eginez. Turistaren egungo portaerak eta etorkizuneko joeren balizko aldaketek, erabakiak hartzeari eta bidaiak erosteari dagokienez, agertokia askotarikoa eta konplexua dela erakusten dute, beste faktore batzuk ere badaudela ahaztu gabe, hala nola bidaien aukeraketaren aldakortasuna, Internet eta sare sozialen erabilera, turismo-zerbitzuak emateko eskakizuna, etab. Baldintza horiek betetzeko, kanal anitzeko estrategia bat behar da, eskaintza turisten ahalmenera zuzenean edo bitartekarien bidez hurbiltzeko, eta, bi kasuetan, jatorrian eta helmugan garatu beharreko baliabideen bidez. Eskariaren portaerari eta profilari eta beste merkatu-azterlan batzuei buruz lortutako datuetan oinarrituta lan egin beharko da; horri esker, bisitariak segmentatu, eta, horrenbestez, segmentu bakoitzerako sustapen-ekintza eraginkorrenak lehenetsi ahalko dira.	EKINTZA NAGUSIAK	19.EK.1 Debagoiena Turismoarekin lankidetzan aritzea turismoa erakartzen duten enpresak identifikatzeko, eta, hala, Bergarako eskaintza turistikoaren posizionamendua indartzeko.
			19.EK.2 Lehenetsitako turismo-produktuetan espezializatutako bitartekariak eta kanalak identifikatzea.

4. ARDATZA		MARKETIN TURISTIKOA						
HELBURU ESTRATEGIKOA		BERGARAREN PROTAGONISMO HANDIAGOA LORTZEA EUSKADIKO TURISMOAREN EGOERAN ETA MERKATUAN, PRODUKTU- ETA SUSTAPEN-EKIMEN ERAGINKORRAK GARATUZ.						
PROGRAMA		P.19. Merkaturatzea sustatzeko eta laguntzeko programa.						
JARDUERA-ILDOAK		J.I.19 Komertzializazioa eta promozioa sustatzeko plan bat diseinatzea, Bergarako eskaintzarako kanal eta euskarri egokiak identifikatuta.						
HELBURU OPERATIBOAK	• Merkatuan irudi turistiko egokia sortzea, nahi den lehiakortasun-kokapena lortzeko. • Sortutako turismo-produktuen kontsumoa ezagutaraztea eta sustatzea. • Sektore pribatuko enpresei merkaturatzen laguntzea.	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Debagoiena Turismo Bergarako Turismo arloa				
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		GFA Basquetour Turismo sektore pribatua				
		LEHENTASUNA		ALTUA				
		AURREKONTUA						
		ADIERAZLEAK		Bergarako eta eskualdeko eskaintza handitzea, online eta <i>offline</i> merkaturatzeko kanaletan ez ezik, turismoa erakartzeko enpresetan ere bai.				
		EPEA		2022	2023	2024	2025	



6. Plan Operazionala

67

4. ARDATZA		MARKETIN TURISTIKOA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	BERGARAREN PROTAGONISMO HANDIAGOA LORTZEA EUSKADIKO TURISMOAREN EGOERAN ETA MERKATUAN, PRODUKTU- ETA SUSTAPEN-EKIMEN ERAGINKORRAK GARATUZ.		
PROGRAMA	P.20. Komunikazio-programa.		
JARDUERA-ILDOAK	J.I.20 Komunikazio-estrategia bat diseinatzea, lehentasunezko publikoari zuzendutako <i>onlineko</i> eta <i>offlineko</i> ekintza koordinatuekin.		
DESKRIBAPENA	Turismo-komunikazioko programen helburua turismo-helmugaren irudia, marka eta lehiakortasun-abantailak indartzea da. Kasu honetan, turismo-panoraman Bergara udalerriari protagonismo handiagoa ematea eta turismo-sektorea dinamizatzea eta bertako turismo-eskaintza, ekimenak eta abiarazitako proiektuak eta abar ezagutaraztea. Bergarak turismo-helmuga gisa dituen balio nagusiak hedatzeko komunikazio-plan bat diseinatzea proposatzen da. Planak bisitariak identifikatu behar ditu, bai eta bisitari-profil bakoitzarentzat mezu egokiak zein diren atzeman ere, eta, gainera, ardatz honetan sartutako ekintzen arabera izateaz gain, ikusgarritasuna eta irismena indartze aldera. Horretarako, beharrezkotzat jotzen da honako hauek jasoko dituen estrategia-multzo bat zehaztea: • Xede-bisitariak • Helburuak • Erabili beharreko komunikazio-kanalak (onlinekoak eta offlinekoak) • Mezu egokiak • Ekintzaren data eta/edo iraupena, aurrekontua • Materialak eta/edo beste premia batzuk • Emaitei jarraipena egiteko adierazleak Hurbileko merkatuari zuzenduta egonik Debagoienarekin osatu ahalko den kanpaina bat planteatzen dugu zehazki. Urteko kanpaina bat, sustapen handieneko lau garairekin: udaberria, Aste Santua, uda-udazkena eta Gabonak.	EKINTZA NAGUSIAK	20.EK.1 Social Media Plana bat garatzea Bergarako interesgarriak diren sare nagusietan.
			20.EK.2 Hurbileko merkatuetan kanpainak diseinatzea.
			20.EK.3 Informazio-pilulak eta kreatibitateak erraztea sektore pribatuari bere sare sozialen bidez hedatu ditzaten, helmugaren eta enpresaren berri zabaltzeko elementu direnez.



6. Plan Operazionala

68

4. ARDATZA		MARKETIN TURISTIKOA				
HELBURU ESTRATEGIKOA		BERGARAREN PROTAGONISMO HANDIAGOA LORTZEA EUSKADIKO TURISMOAREN EGOERAN ETA MERKATUAN, PRODUKTU- ETA SUSTAPEN-EKIMEN ERAGINKORRAK GARATUZ.				
PROGRAMA		P.20. Komunikazio-programa.				
JARDUERA-ILDOAK		J.I.20 Komunikazio-estrategia bat diseinatzea, lehentasunezko publikoari zuzendutako <i>online</i> ko eta <i>offline</i> ko ekintza koordinatuekin.				
HELBURU OPERATIBOAK	- Azken bezeroarentzako balioa sortzea komunikazio zatituago baten bidez, xede-bisitarien profileria egokitutako mezuekin, eta komunikazio-kanal eta -euskarri guztiak erabilia horretarako. Harreman-marketineko ekimenak garatzea, azken bezeroarekin komunikazio eraginkorragoa eta pertsonalizatuagoa ezartzeko, mezua hartzaileari egokituta betiere. Barne-merkatura bideratutako komunikazio-ahaleginak areagotzea, eskaria sortu eta finkatzeko eta tokiko preskripzioa sortzeko oinarri gisa.	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Bergarako Udala eta Turismo arloa		
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		Turismo sektore pribatua Debagoiena Turismo		
		LEHENTASUNA		ALTUA		
		AURREKONTUA		Turismo-sektoreak gauzatutako komunikazio-ekimenen kopurua. Elkarrekintzen kopurua handiagotzea: iruzkinak, likeak edo «atsegin dut», partekatuak eta aipamenak. Sare sozialetatik webgunera egindako bisitaldien kopurua handitzea. Kanpainan zehar sortutako hashtagen eragina. Jarraitzaile kopurua handitzea.		
		ADIERAZLEAK				
		EPEA		2022	2023	2024

6.7. Ardatza: Kode Etikoa





6. Plan Operazionala

5. Ardatza: Kode Etikoa

Enpresak prestatzeko, sortzeko eta indartzeko, berrikuntza-kulturarako eta etengabeko hobekuntzarako ekintzak sortzen ditu. Ardatz honetan Basquetourrek hainbat ekintza gidatzen ditu, hala nola hauek: helmugako kalitatea, SICTED, IKTak, Ekoetiketa, etab. **Plan hau idazterakoan, Basquetour Turismoaren Euskal Agentzia euskal turismo-lehiakortasunaren inguruko hausnarketarako eta eraldaketa jasangarri eta arduratsurako prozesu betean dago.** Gaur-gaurkoz, «2021eko Turismo Lehiakortasunaren Bide Orria» egiteko prozesuan dago. Eraldaketa horretarako arrazoiak honako hauek dira, besteak beste:

- Turismo-lehiakortasunaren bilakaera naturala.
- Turismoaren sektore heldu eta finkatua.
- 2030 Agendako Etorkizuna, Garapen Jasangarriko 17 Helburuekin.

Eraldaketarako bidean egin beharreko ibilbidea da, Euskal Turismoaren Kode Etikoa esparru-dokumentu gisa eta kode horretan zehaztutako oinarrien prestakuntza-bidearen bitartez, eta turismo-helmugara eta turismo-enpresetara bideratutako baliabide integralen bidez abian jarrita. Bi kasuetan, borondatezko atxikipen-prozesu bat da. Baliabide integrala eta **TURISMO ADIMENTSUKO HELMUGA**ri buruzko prestakuntza dokumentu honetan jada jorratutako 5 ardatzen inguruan egituratzen da: Gobernantza, Berrikuntza, Teknologia, Jasangarritasuna eta Irisgarritasuna.

P21
SEKTOREKO
LEHIAKORTASUNA
SUSTATZEKO PROGRAMA.
KODE ETIKOA

Kultura berritzailea eta
ekintzailatza bultzatzea
turismo-sektorean



5. ardatza

Kodigo Etikoa-Sektoreko lehiakortasuna



Sektoreko lehiakortasuna sustatzeko programa. KODE ETIKOA.

Turismo-sektorearen benetako beharretara egokitutako prestakuntza-mapa diseinatzea eta ezartzea

Basquetourrek sustatutako turismo-lehiakortasuneko programetan parte hartzea bultzatzea.

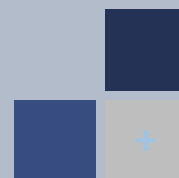
Helmuga Turistiko Adimenduna egiaztapena lortzeko beharrak aztertzea, eskualde ikuspuntutik.

+ 6. Plan Operazionala

72

5. ARDATZA		KODE ETIKOA	
HELBURU ESTRATEGIKOA	LEHIAKORRA ETA PROFESIONAL DEN ETA ESKARIRA BIDERATUTA DAGOEN ENPRESA-SARE TURISTIKO BATEN GARAPENA BULTZATZEA, EUSKADIKO TURISMO IRAUNKORRAREN KODE ETIKOAK EZARRITAKO IRIZPIDEEN ARABERA.		
PROGRAMA	P.21. Sektoreko lehiakortasuna sustatzeko programa. KODE ETIKOA.		
JARDUERA-ILDOAK	J.I.21 Kultura berritzailea eta ekintzailatza bultzatzea turismo-sektorean.		
DESKRIBAPENA	Enpresek lehiakortasun-prozesu horretan parte hartzearen eta hartara egokitzearen kasuan, Euskadiko Turismoaren Kode Etikoaren esparruan jasotzen da, bere zortzi printzipioekin, eta aipatutako bost ardatz horietan oinarrituta; Helmugaren kasuan: - Gobernantza: SICTED/Helmuga Segurua programarekin. - Berrikuntza: berrikuntzari buruzko prestakuntza. - Teknologia: konpetentzia digitalei buruzko prestakuntza. - Jasangarritasuna: jasangarritasun-ziurtagiriak eta energia-eraginkortasuneko programak. - Irisgarritasuna: dibertsitate funtzionalari buruzko prestakuntza.	EKINTZA NAGUSIAK	21.EK.1 Turismo-sektorearen benetako beharretara egokitutako prestakuntza-mapa diseinatzea eta ezartzea.
			21.EK.2 Bisitariekin harremana duten enpresetan euskara balioan jarri eta honen erabilera sustatu.
			21.EK.2 Basquetourrek sustatutako turismo-lehiakortasuneko programetan parte hartzea bultzatzea.
			21.EK.3 Euskadiko Kode etikoaren aplikazioa. Tresna integralak (Helmuga-Enpresa) eta 17 GJH. Eskatutako eta gomendatutako prestakuntza-ekintzetan parte hartzea.
			21.EK.4 Sentsibilizazio-ekintzak, bisitariek portaera jasangarri eta arduratsua izan dezaten. EUSKADIKO KODE ETIKOA.
			21.EK.5 Helmuga Turistiko Adimenduna egiaztapena lortzeko beharrak aztertzea, eskualde ikuspuntutik.

5. ARDATZA		KODE ETIKOA			
HELBURU ESTRATEGIKOA		LEHIAKORRA ETA PROFESIONALA DEN ETA ESKARIRA BIDERATUTA DAGOEN ENPRESA-SARE TURISTIKO BATEN GARAPENA BULTZATZEA, EUSKADIKO TURISMO IRAUNKORRAREN KODE ETIKOAK EZARRITAKO IRIZPIDEEN ARABERA.			
PROGRAMA		P.21. Sektoreko lehiakortasuna sustatzeko programa. KODE ETIKOA.			
HELBURU OPERATIBOAK	- Helmugei etengabeko hobekuntzarako tresna bat eskaintzea, turismo-eredu jasangarria hiru alderdietan garatzea ahalbidetuko duena. - Gero eta lehiakorragoa den agertoki berri baten aurrean erronkei aurre egin ahal izango dien turismo-sektore bat sendotzeko lanean aurrera egitea. - Lan-prozesuetan teknologia berriak eta berrikuntza jasangarritasunaren eta irisgarritasunaren helburuen zerbitzura txertatzea, efizientzia, gardentasuna eta parte-hartzea erdiesteko gobernantza-eredu bati jarraikiz. (Iturria: Basquetour).	ERAKUNDE ARDURADUNAK		Debagoiena Turismo Bergarako Turismo arloa	
		INPLIKATUTAKO ERAGILEAK		Basquetour	
		LEHENTASUNA		ALTUA	
		AURREKONTUA			
		ADIERAZLEAK		Eskatutako prestakuntza-ekintzetan parte hartzen duten turismo-enpresen kopurua. Gomendatutako prestakuntza-ekintzetan parte hartzen duten enpresen kopurua.	
		EPEA		2022	2023
				2024	2025



**Bergara
Turismo**