



## INTERPRETAZIO ZENTROAK, GIDAK ETA BIDAI AGENTZIEN MAHAIA / MESA DE CENTROS DE INTERPRETACION, GUÍAS Y AGENCIAS DE VIAJES

18 de enero de 2021

### ORDEN DEL DÍA:

1. Saludo.
2. Foro consultivo de empresas; recordatorio sistema de funcionamiento.  
Resumen puesta en marcha 2020.
3. Revisión acuerdos pendientes.; Foro Consultivo de Empresas: relación de proyectos priorizados 2020.
4. Análisis situación actual del sector.
5. Propuesta de actuaciones 2021.
6. Próximos pasos.
7. Preguntas y sugerencias.

ASISTENTES: (70%)

CONVOCAD@S		ASISTENTES	AUSENCIAS	
			Justificadas	No justificadas
Representante Sector + El Transbordador de Vizcaya, SL	Ainhoa Sarriegi	X		
Smartin Bilbao	Saioa Martin		X	
Wilextours	Pablo Perez	X		
Go Basquing	Iñigo García Valenzuela	X		
Getxo Tours	Unai Celaá			X
MICE Design	Virginia Pérez	X		
Cristina Laiseca representa.	Cristina Laiseca	X		
Bilbao Food Safari	Oihana Oribe			X
Getxoko Udala - Área de Promoción Económica	Mirene Zabalgoeazkoa	X		
	Sonia Urdiain	X		



## CONTENIDOS:

1. Se procede al saludo de l@s asistentes y presentación de l@s mism@s.
2. Breve exposición, a modo de recordatorio y ante la presencia de miembros que acuden por primera vez, por parte de las técnicas municipales de los objetivos, funciones, y comunicación de las mesas, Foro Consultivo y Mesa de Contraste político. Resumen puesta en marcha 2020. [18 01 2021 Mesa Guías presentación.ppt](#)
3. Revisión acuerdos pendientes.; Foro Consultivo de Empresas: relación de proyectos priorizados 2020
  - 3.1.- Promoción del destino Getxo para captación de grupos – clientes para receptivos, guías y Puente. Actuación contemplada en el plan extraordinario de promoción económica.
  - 3.2.- Promover un área de esparcimiento natural, de carácter supralocal (Erandio-Leioa, Berango, Getxo). Actuación no priorizada en su conjunto por el Foro Consultivo para 2021. Sí se trabajará en la puesta en valor del Flysch; la ordenación de su oferta, en colaboración con las empresas que operan en el entorno y la ADR Jata Ondo, y la promoción y difusión de ésta.
  - 3.3.- Mejorar el mantenimiento del Puerto Viejo. Trasladado a las áreas con competencia para ello.
4. Análisis situación actual del sector

Exposición de la situación actual por parte de los asistentes. Se mantiene la situación crítica, en un escenario en el que continuamos sin turista internacional – base principal de su actividad - y sin grupos; sin certezas de ningún tipo ni a corto ni a medio plazo (gran incertidumbre). Lo que hace muy difícil la previsión.

Están comenzando a llegarles consultas para planificaciones de septiembre en adelante. Hasta entonces, todo lo que tenían programada está cancelado y/o pospuesto para 2022.

En cuanto a las consultas para el último cuatrimestre del año, nos muestran un escenario de expectativas. Nos indican que las personas y los grupos quieren viajar; consultan esperando a recibir confirmación de que es seguro y factible viajar; pero en definitiva, todo va a depender de cómo evolucionen las vacunaciones, los datos, nuevas versiones del virus,... en el momento que haya una cierta tranquilidad se va a activar la industria.

Entienden que ahora es momento de resistir pero también de prepararnos y construir:



# Getxo

Ekonomia - Sustapena  
Promoción económica

*bizi ezazu*

Destino: centrar el posicionamiento de Getxo en nuestros valores y el beneficio que ofrecemos a quien queremos invitar a que venga. Ampliar estrategias, líneas de colaboración con Bilbao (como buena práctica se destaca el convenio Getxo-Sopela)

Empresas: promover la creación de planes y productos, para que el momento de la reapertura estemos preparados: creatividad e innovación en el desarrollo de productos turísticos, inspirar y provocar colaboraciones,...

Coinciden en la necesidad de seguir promocionando en dos líneas:

- A nivel más cercano (local-territorio), para favorecer el consumo inmediato; búsqueda de grupos de interés alternativos, en cercanías ...
- A nivel internacional, para mantener el interés de los mercados por el destino. En esta línea se propone la búsqueda de fórmulas alternativas a los viajes de familiarización que venían realizándose (difícil de gestionarse por las restricciones de movilidad, y caros).

Se proponen presentaciones híbridas, con importante despliegue audiovisual, que podrían ser muy útiles para las empresas locales y el posicionamiento de su oferta/empresa – a precios más competitivos.

## 5. Propuesta de actuaciones 2021.

5.1.- Ayudar al sector (económicamente o a través de proyecto/programa) a desarrollar contenidos, guiones, y audiovisuales (DIGITALIZACIÓN) para la promoción del destino y los servicios que ofrecen las empresas para los diferentes canales de difusión. Materiales que pudieran ser utilizados en “FamTrips On-line”, jornadas en streaming, u otras fórmulas que se puedan idear conjuntamente (COMERCIALIZACIÓN).

Bilbao Ekintza les ha adelantado que están ya trabajando en la organización de este tipo de eventos híbridos (Iniciativa MATCH).

5.2.- Solicitan que trabajemos en perfilar más el/los cliente/s tipo de Getxo, y el posicionamiento como destino turístico; de esta manera, podremos focalizar mejor en las campañas y obtener mejores resultados de posicionamiento. Hacen referencia a la tipificación de productos que realizó en su estrategia para la Bilbao – Bizkaia la DFB, y que tienen dudas sobre si está en vigor. Contrastaremos con DFB e iremos construyendo argumento (acción contemplada en el plan extraordinario).

5.3.- Ayudar a las empresas a preparar webinars de presentación de sus servicios, habiendo hecho previamente un análisis de las tendencias de consumo y de los valores asociados a esos consumos (sostenibilidad económica, medioambiental... (GENERACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS).



# Getxo

Ekonomia - Sustapena  
Promoción económica

*bizi ezazu*

- 5.4.- Estrategia para la promoción / difusión de los servicios que ofrece el sector a las empresas del Gran Bilbao principalmente.
- 5.5.- Analizar si hay proyectos europeos en los que el sector pueda participar, así como cómo se van a distribuir los fondos extraordinarios para turismo.
- 5.6.- Vender el destino vinculándolo no tanto al patrimonio, sino a los valores y las nuevas tendencias del mercado.
- 5.7.- Personalizar el servicio de asesoramiento sobre ayudas y subvenciones; de manera que el/la asesor/a, busque las ayudas que pudieran encajar a cada negocio, y les ayude a tramitarlas.

## ACUERDOS CENTROS DE INTERPRETACIÓN, GUÍAS Y AGENCIAS DE VIAJES RECEPTIVAS (18-01-2021)

ACUERDOS/ACCIONES	RESPONSABLE	FECHA
1. Envío del borrador del acta.	Técnicas municipales	25-1-2021
2. Valorar puesta en marcha de programa que dote a las empresas de contenidos, guiones, y audiovisuales – válidos para los diferentes canales de difusión - para la promoción de sus servicios, y que pueda contribuir a la promoción del destino - para los diferentes canales de difusión.	Técnicas municipales	A partir de la reunión
3. Documentar el el/los cliente/s tipo de Getxo, y el posicionamiento como destino turístico (acción contemplada en el plan extraordinario).	Técnicas municipales	A partir de la reunión
4. Abordar estrategia para la promoción / difusión de los servicios que ofrece el sector a las empresas del Gran Bilbao principalmente (acción solicitada también en la Mesa de Alojamiento – Eventos).	Técnicas municipales	A partir de la reunión
5. Analizar si hay proyectos europeos en los que el sector pueda participar, así como cómo se van a distribuir los fondos extraordinarios para turismo.	Técnicas municipales	A partir de la reunión



# Getxo

*bizi ezazu*

Ekonomia - Sustapena  
Promoción económica

<p>6. Valorar promocionar el destino vinculándolo no tanto al patrimonio, sino a los valores y las nuevas tendencias del mercado, en las campañas de promoción turística.</p>	<p>Técnicas municipales</p>	<p>A partir de la reunión</p>
<p>7. Personalizar el servicio de asesoramiento sobre ayudas y subvenciones; de manera que el/la asesor/a, busque las ayudas que pudieran encajar a cada negocio, y les ayude a tramitarlas.</p>	<p>Técnicas municipales</p>	<p>A partir de la reunión</p>