



Turismo



PLAN DE ACCIÓN TURISMO DURANGO 2022-2026

PLAN DE ACCIÓN

El Plan de Acción se corresponde con la tercera fase del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Durango.

Consultoría Inboost Tourism KO

Iñigo Barañano

Ioar Galbarriatu

1. INTRODUCCIÓN
 - 1.1. ANTECEDENTES
 - 1.2. METODOLOGÍA
2. LIDERAZGO
 - 2.1. PROGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO
 - 2.2. PROGRAMA DE COMUNICACIÓN DE LA ESTRATEGIA
 - 2.3. PROGRAMA DE COORDINACIÓN TURÍSTICA
 - 2.4. PROGRAMA DE COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA.
3. DESARROLLO
 - 3.1. PROGRAMA DE TURISMO DE NATURALEZA
 - 3.2. PROGRAMA DE TURISMO CULTURAL
 - 3.3. PROGRAMA DE NEGOCIOS Y EVENTOS
 - 3.4. PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD
4. MARKETING
 - 4.1. DIFUSIÓN DE LA AGENDA
 - 4.2. EDICIÓN DE MATERIALES
 - 4.3. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
 - 4.4. PRESENCIA Y PROMOCIÓN ONLINE

#1

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

El documento de plan de acción de turismo de Durango 2022-2026 es la tercera parte del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Durango, que Inboost Tourism KO está realizando por encargo del ayuntamiento de Durango.

El presente documento debe servir como guía para la elaboración de los planes de actuación anuales de los próximos cuatro años.

Es el momento de diseñar las acciones y recogerlas en un **plan de acción** que se desarrollará durante los cuatro siguientes años (**2022-2026**), según solicitan desde el Ayuntamiento de Durango.

A la hora de diseñar el plan de acción, nos basaremos en **tres líneas de actuación**. Son las que se explican a continuación:

LIDERAZGO

El Ayuntamiento de Durango debe de ser el **agente referente a nivel local** tanto para el sector privado de Durango, como para la sociedad. Es necesario por tanto, trabajar en la mejora del modelo de gestión turística del municipio.

Dinamizar y desatomizar el sector privado, hacer partícipes a los empresarios del desarrollo turístico local y trasladarles mensajes claros y estratégicos sobre la gestión local, son conductas clave que se deben poner en marcha.

DESARROLLO

Preparar el destino antes de hacerlo llegar a los consumidores. Contar con recursos e infraestructuras que faciliten la visita, tener una oferta turística atractiva, variada y sostenible,

ofertada con profesionalidad, son aspectos fundamentales para llegar a la excelencia.

Se trata de **ponernos a punto para que la estancia del visitante** en Durango se desarrolle de manera que el recuerdo de la experiencia del turista sea muy positiva, convirtiéndose en prescriptor de nuestro destino. Captar y fidelizar.

MARKETING

Crear productos que respondan a las necesidades de la demanda, dirigirse al consumidor para informarle de la existencia de estos productos y ponerlos a su alcance mediante la comercialización.

En un sector en el que el principal protagonista es el consumidor, el marketing se convierte en **la espina dorsal de la estrategia**, siendo el Plan de Comunicación una parte esencial del mismo.

1. 2 METODOLOGÍA

El proceso para la elaboración del Plan de Acción consta de la siguiente **metodología** para su elaboración :

Análisis de los resultados fase 1 y 2:

- Análisis y diagnóstico
- Líneas estratégicas

Dinámica de trabajo:

- Priorizar acciones
- Detectar las principales necesidades en base a la demanda

Búsqueda de acciones:

- Líneas estratégicas de GV y DFB
- Casos de éxito
- Buenas prácticas
- Nuevas propuestas

Reunión validación:

- Definir el Plan de Acción definitivo.

FASES	PROCESO	HERRAMIENTAS
1. Investigación y análisis	Identificación y análisis del destino turístico y su entorno.	Análisis de estudios realizados, trabajo de campo, encuestas y entrevistas, reuniones.
2. Diseño de la estrategia	Diseño de la estrategia turística sostenible de Durango.	Análisis y diagnóstico, reuniones, dinámicas de trabajo conjunto con sociedad y técnicos.
3. Creación Plan Actuación	Definición de acciones específicas y diseño del Plan de acción.	Líneas estratégicas de la fase 2, definición de actuaciones y tareas, reuniones y dinámicas de trabajo.

#2

LIDERAZGO

2.1 PROGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN

SÍNTESIS

Se presentan las acciones planteadas para definir un modelo de gestión del Plan de Turismo y contar con una estructura de personas y/o presupuesto adecuados para su ejecución.

Para el correcto desarrollo del plan sería conveniente un refuerzo de personal y un aumento de la partida presupuestaria dedicada al turismo.

Además del desarrollo de las acciones definidas en el Plan, también se plantea realizar un seguimiento de las mismas, a través de la definición de objetivos medibles o KPIs.

RESPONSABLE

Ayuntamiento de Durango

ACTUACIONES

Definir la estructura necesaria para la puesta en marcha del Plan de Turismo
Definir modelo de gestión que sistematice la gestión del turismo en Durango
Aprobar presupuestos acordes al Plan de Acción anual. Refuerzo de personal
Definir sistema de seguimiento: Control KPIs del plan y anuales
Estudio de posibles líneas de subvención que puedan ser beneficiosos para Durango.

2.2 PROGRAMA COMUNICACIÓN DE LA ESTRATEGIA TURÍSTICA

SÍNTESIS

En un proyecto como este, es importante contar desde un inicio con la implicación, la participación y el apoyo de todos los que forman parte del mismo, elementos clave para el éxito de su desarrollo y posterior implementación.

Para ello, se propone presentar el Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Durango, tanto a las instituciones y entidades públicas, como al sector turístico del municipio, con el objetivo de lograr el reconocimiento institucional, político y social, así como su implicación y/o participación en caso de así solicitarlo.

Las acciones contempladas para tales objetivos, se pueden desarrollar mediante presentaciones, envíos, reuniones o jornadas de trabajo, donde poder realizar una presentación y/o explicación del plan en cuestión.

RESPONSABLE

Servicio de Turismo del Ayuntamiento de Durango.

ACTUACIONES

Presentación del PETSD a representantes y técnicos municipales.
Presentación del Plan de Comunicación a representantes municipales, a la ciudadanía, a agentes sectoriales y de sectores conexos del municipio.
Presentación del plan de actuación turística de Durango a la ADR, DFB y Basquetour.

2.3 PROGRAMA DE COORDINACIÓN TURÍSTICA

SÍNTESIS

Se presentan las acciones contempladas para promover un modelo de gestión turística compartida con el área de turismo de la ADR Urkiola, reforzando así la presencia de Durango, especialmente a nivel técnico, en la gestión comarcal del turismo.

Acciones que, para crear marcos de trabajo con el ente de gestión turística comarcal, se pueden desarrollar mediante la propuesta, planificación y realización de reuniones periódicas a nivel técnico.

Desde Durango se podrían presentar proyectos y acciones turísticas previo trabajo local de las mismas, para su integración en las propuestas de la ADR Urkiola, Gobierno Vasco y Diputación Foral de Bizkaia, posibilitando así su financiación.

De igual manera se plantea valorar la creación de alianzas estratégicas con municipios de interés vinculados a un proyecto, producto o servicio en común, impulsando el trabajo en común y generando sinergias.

RESPONSABLE

Servicio de Turismo del Ayuntamiento de Durango.

ACTUACIONES

Coordinación entre el área de turismo de la ADR y la Oficina de Turismo de Durango, en el planteamiento y posterior desarrollo de actuaciones.
Trasladar a la ADR proyectos turísticos planteados en Durango para tratar de integrarlos en la planificación comarcal.
Reforzar la captación de subvenciones en materia turística promovidas por diferentes instituciones.

2.4 PROGRAMA DE COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

SÍNTESIS

Se presentan las acciones para crear una mayor unión y colaboración entre entidades públicas y privadas, fomentando la profesionalización del sector y aumentando el conocimiento de los recursos y servicios entre el propio sector del municipio.

Esa unión por parte del sector, se puede lograr a través de acciones participativas como los Fam Trips, donde además de aumentar el conocimiento del propio municipio y sus recursos turísticos, se fomenta la interacción entre los propios participantes.

Los viajes formativos al exterior, son una herramienta para fomentar la unión entre empresas/entidades, las cuales funcionan como catalizadores donde poder conocer casos de éxitos aplicables a tu destino, desarrollando jornadas de trabajo donde las empresas y/o entidades implicadas trabajan por un proyecto en común.

RESPONSABLE

Servicio de Turismo el Ayuntamiento de Durango/ ADR Urkiola

ACTUACIONES

Fam Trip interno de conocimiento del destino
Creación de grupos público-privados por proyectos
Viaje de formación a destino exterior.
Jornada anual de trabajo previa al plan de acción.

#3

DESARROLLO

3.1 PROGRAMA DE TURISMO DE NATURALEZA

SÍNTESIS

Se presentan las acciones contempladas definiendo con criterios turísticos la oferta de naturaleza desde Durango, poniendo en valor en función de los perfiles la oferta de senderismo local, con el fin de desestacionalizar y ofertar nuevas motivaciones de visita.

Es necesario jerarquizar los recursos (senderos y elementos naturales de interés) para intervenir mediante señalización o puesta en valor sobre aquellos que se entienden más interesantes a nivel turístico.

El producto turístico de naturaleza basado en turismo activo y de experiencias debe estructurarse para ofrecerse al visitante.

Se proponen dos proyectos de senderismo diferenciados en función del destinatario. Uno para senderismo familiar o de baja dificultad y otro para senderista montañero en el que puede encuadrarse la senda de las ermitas. También debería completarse y actualizarse la oferta de sendas BTT.

RESPONSABLE

Servicio de Turismo el Ayuntamiento de Durango

ACTUACIONES

Definir un inventario de recursos con jerarquía interna, estableciendo un nivel de intervención prioritario en base a la oferta turística.
Identificar y ofrecer aquellos servicios que sean susceptibles de formar parte de oferta de producto turístico de Naturaleza. (Experiencias y Durango turismo activo)
Diseñar y poner en marcha un proyecto de rutas encuadradas en el target de senderismo familiar.
Diseñar y poner en marcha un producto turístico dirigidos al perfil senderista- montañero. Ruta de las ermitas
Actualización del proyecto BTT.
Colaboración con clubes de montaña, senderismo, etc

3.2 PROGRAMA DE TURISMO CULTURAL

SÍNTESIS

Se presentan las acciones contempladas para configurar una oferta cultural atractiva, diferencial y complementaria al resto de la oferta turística del municipio y de la comarca, con el fin de darlo a conocer tanto al turista/excursionista, como a la propia población local y comarcal.

Es una forma de poner en valor los recursos culturales e identidad del municipio, como vía para la atracción de visitantes y de acercarlos a la población local y comarcal.

Para ello, se plantea:

1. El mantenimiento y posible ampliación de los recursos visitables, comenzando por la realización de un inventario de todos los existentes y posterior cribado o priorización, en base a aquellos más demandados por el visitante y/o turista y ofrecerlos en formato atractivo para el público objetivo.
2. Retomar el proyecto de visitas al campanario de Santa Ana o acondicionar el pórtico de Santa Ana.
3. Restaurar el calzo del molino o lavaderos antiguos serán acciones a priorizar y presupuestar.
4. Desarrollar un plan señalética de recursos del municipio con criterios turísticos. unificando estética e información.
5. Poner en valor la historia de Durango mediante un proyecto de ruta fotográfica en 3D.
6. Diseñar un programa de visitas, ofertadas de manera regular, en periodos concretos de demanda alta, con grupo mínimo asegurado y sin reserva previa.
7. Realizar un plan de acción de embellecimiento de Durango.
8. Desarrollo de oferta para espacio del Oficina de Turismo con talleres con enfoque turístico (tejeduría), exposiciones o incluso habilitar una zona chill out o lugar de encuentro para dinamizar el espacio.
9. Llevar a cabo un programa de puertas abiertas y ofrecer visitas a los vecinos con el fin de aumentar el conocimiento de la oferta entre la población local y que actúen como prescriptores.
10. Organizar visitas teatralizadas para aumentar y diversificar la oferta de visitas. Sería conveniente desarrollar temáticas nuevas con esta oferta como puede ser la herejía.
11. Promover la diversificación de actividades bajo la marca de Durango Azoka con el fin de aumentar su impacto.

RESPONSABLE

Servicio de Turismo el Ayuntamiento de Durango

ACTUACIONES

Inventario de recursos patrimoniales con jerarquía interna, estableciendo un nivel de intervención prioritario
Plan de señalética de recursos turísticos con estética y criterios unificados
Poner en valor el Bombardeo con una ruta 3D en base a fotografía digital
Programa de visitas en temporada alta
Plan de acción de embellecimiento de Durango
Aprovechamiento del espacio de la Oficina de Turismo de Durango. Oferta de talleres, exposiciones, zona de chill out lugar de encuentro.
Programa de puertas abiertas.
Visita al campanario de Santa Ana
Organizar visitas teatralizadas. Temática herejía.
Promover la diversificación de actividades de la Durangoko Azoka

3.3 PROGRAMA DE TURISMO DE NEGOCIOS Y EVENTOS

SÍNTESIS

Se presentan acciones para configurar una oferta turística enfocada al turista de negocios y eventos, con el objetivo de darle respuesta a sus necesidades, sabiendo que a día de hoy es una realidad del municipio de Durango.

Para ello, es necesario realizar un estudio sobre este perfil de turista y conocer cuales son sus necesidades y qué es lo que le interesa del destino, de forma que se genere una oferta turística apropiada para él.

En una segunda fase se trabajaría por adecuar los servicios ofrecidos por el propio sector a este perfil de turista.

En cuanto al visitante a eventos, es recomendable incluir la oferta turística, comercial y de hostelería en los programas y difundir en los alojamientos y espacios de visita esta oferta.

RESPONSABLE

Servicio de Turismo el Ayuntamiento de Durango.

ACTUACIONES

Realizar un estudio sobre el perfil, comportamiento y necesidades del turismo de negocios.
Participar y apoyar en la organización de los eventos organizados por el municipio y la comarca.
Impulso de la oferta de comercio local a turistas y visitantes de eventos.
Difusión de la oferta turística en los eventos realizados en Durango.

3.4 PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD

SÍNTESIS

Se presentan las acciones contempladas para la profesionalización del servicio de Turismo del Ayuntamiento y del sector, aumentando su conocimiento y competitividad.

Para ello, la clave es la formación, la cual puede darse de diversas maneras. A través de planes formativos, tanto si son organizados por el Ayuntamiento de Durango, como por la ADR Urkiola, la Diputación Foral de Bizkaia o Gobierno Vasco; programas de calidad o de buenas prácticas; jornadas de trabajo y/o foros, incluso la participación en ferias y/o eventos vinculados con el sector turístico.

Acciones que, de una forma u otra, fomentan el conocimiento de quienes participan en ellas y aportan una visión más amplia y completa del sector turístico y de todo lo que ello implica (el negocio, el destino, el turista, los mercados, etc.)

Se propone participación en el Código Ético y nuevos programas de Basquetour. Para su realización se requiere la asignación de medios o presupuesto adecuado.

RESPONSABLE

Ayuntamiento de Durango.

ACTUACIONES

Plan de formacion personal
Plan de formación al sector
Presencia en ferias y foros.
Programas formativos de la Diputación Foral de Bizkaia y/o Basquetour.

#4

MARKETING

4.1 DIFUSIÓN DE LA AGENDA

SÍNTESIS

Se presentan las acciones de marketing contempladas para la difusión de la oferta cultural y de ocio del municipio, tanto al propio sector local y ciudadanía, como al turista/excursionista.

Como respuesta al nivel de desconocimiento de dicha oferta, se considera necesario la difusión del mismo, en base a una estrategia de promoción y comunicación.

Las vías a utilizar podrían ser tanto online (redes sociales, newsletter, etc), como offline (buzoneo, displays, etc.), de forma que podamos llegar al mayor número de usuarios posibles, tanto locales/reales, como externos/potenciales.

RESPONSABLE

Servicio de Turismo el Ayuntamiento de Durango

ACTUACIONES

Diseñar un programa de eventos anual calendarizado y sujeto a un plan de promoción y comunicación.
Inclusión de la oferta cultural y de ocio de Durango, en agendas de terceros (Gobierno Vasco y Diputación)

4.2 EDICIÓN DE MATERIALES

SÍNTESIS

Se presentan las acciones contempladas para la disposición de soportes informativos, tanto en formato online como offline, donde se recoja información práctica relativa a los principales recursos de interés turístico del municipio, así como material gráfico que ayude a mostrarlos de una forma atractiva.

A través de dichos soportes, el usuario podrá conocer todo lo que el municipio pone a su disposición.

Una manera no solo de informar y poner en valor la oferta del municipio, facilitando así su conocimiento, sino también de atraer al turista o de incentivar la ampliación de su estancia.

RESPONSABLE

Servicio de Turismo el Ayuntamiento de Durango.

ACTUACIONES

Redacción de contenidos de nuevos productos. Diseño, edición e impresión de materiales.
Elaboración de un banco de fotografías y videos.
Reedición de materiales de difusión.

4.3 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

SÍNTESIS

Se presentan las acciones contempladas para desarrollar una correcta estrategia de comunicación, utilizando para ello todos los canales y soportes de comunicación posibles.

Se debe desarrollar una estrategia puesta en común con el servicio de comunicación del Ayuntamiento. Para ello se propone realizar un estudio de medios y selección de los más adecuados para alcanzar los objetivos.

La creación de contenidos adecuados (edición de imágenes y textos) para su posterior uso propio y cesión a terceros.

Diseñar y presupuestar estrategia de publicity y coste de fams inversos.

Plan social media anual. Plan de promoción. Mediante campañas propias o de terceros, tales como las de la ADR, Basquemountains, Diputación Foral de Bizkaia o Gobierno Vasco, entre otros.

Difusión de la oferta turística del municipio de Durango a través de oficinas de turismo (Elorrio, Bilbao) y ferias y eventos organizados por otras entidades (Diputación Foral de Bizkaia, Gobierno Vasco).

RESPONSABLE

Servicio de Turismo del Ayuntamiento de Durango. Servicio de comunicación del Ayuntamiento.

ACTUACIONES

Diseño de estrategia on y off line.
Edición, gestión y difusión a medios (on y off line) de material gráfico y redaccional.
Campaña de difusión promocionada (contenido gráfico + redaccional) en medios on line.
Plan y presupuesto de Publicity.
Plan Social Media anual.
Campañas de publicidad y difusión de la oferta turística.

4.4 PRESENCIA Y PROMOCIÓN ONLINE

SÍNTESIS

Se presentan las acciones contempladas para la mejora del posicionamiento online de Durango.

Para ello se plantea la generación de nuevo contenido digital sobre el municipio en cuestión y su posterior promoción online y difusión a través de su página web, sus redes sociales o acciones de email marketing entre otros. De igual modo, se plantea mejorar su presencia online en webs de turismo oficiales y/o del sector.

Propiciar la presencia del municipio en campañas comarcales y/o en otros proyectos, así como en campañas de la Diputación Foral de Bizkaia o Gobierno Vasco, sin olvidarnos de las webs de terceros.

También se plantea la generación de acuerdos con receptivos del territorio o influencers, con el objetivo de dar a conocer el municipio y su oferta turística.

RESPONSABLE

Servicio de Turismo el Ayuntamiento de Durango.

ACTUACIONES

Creación de una página web turística nueva.
Presencia en campañas de comarca y Basquemountains, así como en las de Diputación y/o Gobierno Vasco.
Newsletter interno
Newsletter externo
Mejorar presencia en webs de turismo oficiales y del sector.
Acuerdos con guías turísticos y receptivos del territorio.