



**PLAN DE COMPETITIVIDAD  
TURÍSTICA DEL GOIERRI**

PLAN 2011-2015

# 1. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

- **Oferta:**

Ordenación y Dinamización

- **Demanda:**

Promoción y Comercialización

- **Oferta-Demanda:** Competitividad



# 1. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

- **Modelo de desarrollo turístico:**

- Integración participativa: complementariedad entre el patrimonio, el paisaje, la población y las diversas actividades
- Turismo basado en la innovación y calidad
- Modelo turístico individualizado y especializado
- Turismo productor de sensaciones, experiencias y vivencias

## 2. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

2.1. Productos turísticos

2.2. Ordenación y Dinamización

2.3. Calidad, Formación e Innovación

2.4. Promoción y Comercialización

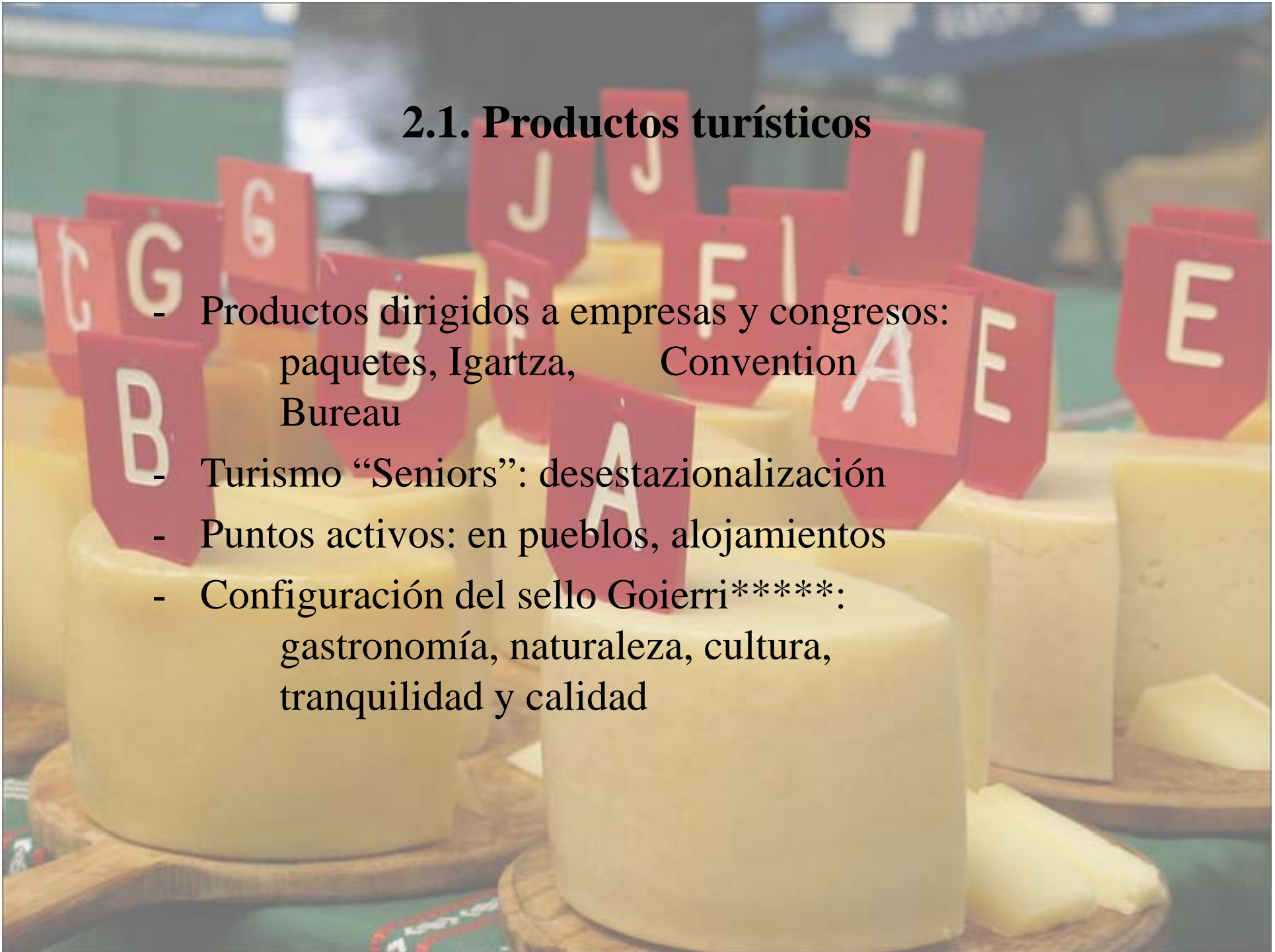


## 2.1. Productos turísticos

- Distintos productos para distintos mercados: gastronomía (Cooking Goierri, productos y cocina), naturaleza (Parques Naturales, turismo activo y de vida), cultura (patrimonio, tradiciones y Camino de Santiago) y touring (circuitos) estilo fiestas-
- Distintos productos para distintos públicos: fines de semana (Goierri breaks, breaks), puentes y estancias Land semanales
- Productos tradicionales y eventos (venir a algo)

## 2.1. Productos turísticos

- Productos dirigidos a empresas y congresos: paquetes, Igartza, Convention Bureau
- Turismo “Seniors”: desestacionalización
- Puntos activos: en pueblos, alojamientos
- Configuración del sello Goierri\*\*\*\*\*: gastronomía, naturaleza, cultura, tranquilidad y calidad



## 2.1. Productos turísticos

- Experiencias turísticas en Goierri: feria de Ordizia, mitología, Territorio Idiazabal, txakoli y mundo rural
- Playgrounds: Corazón de Euskadi (gastronomía) y Basque Highlands
- Circuitos de Euskadi: gastronomía, Parques Naturales, vías verdes, villas medievales y Camino de Santiago

## 2.1. Productos turísticos

- Ruta del Queso
- Maratón de Zegama y Ultra Trail
- Nueva museografía: museos vivos (experiencias) y museo territorio
- “Goierritiendas”: Zaldibia y Zerain
- Renovación de la agenda del Goierri



## 2.1. Producto gastronómico

- Gestión y ordenación: mesa de gastronomía, manuales para desarrollo de producto y trabajo en red con otras entidades
- Consolidación del Goierri como destino gastronómico: mapa del turismo gastronómico, circuitos gastronómicos, señalítica, tematización de oficinas de turismo, turistización de ferias, calendario de ferias y participación en redes de productos o destinos gastronómicos

## 2.1. Producto gastronómico

- Formación e innovación: asesoría a productores, formación a informadores turísticos y programas de innovación para restaurantes, sidrerías, queserías y comercio
- Promoción y marketing gastronómico: participación en marcas de turismo gastronómico de Euskadi, concursos fotográficos, microsite de turismo gastronómico y organización de blog-trip, fam-trip y press-trip

## 2.2. Ordenación y Dinamización

- Unión, colaboración y gestión supracomarcas:  
Tolosaldea, Donostia, Parques Naturales,  
gastronomía, Vías Verdes
- Asesoramiento a empresas y proyectos turísticos  
(Ayuntamientos y socios): MET
- Coordinación interinstitucional:  
señalización (carreteras), museos  
(cultura), Parques (desarrollo rural),  
Agenda 21
- Turismo-ciudadanía: sensibilización en el ámbito  
social, técnico y político

## 2.2. Ordenación y Dinamización

- Colaboración con Goimen, Artzai Gazta y la Denominación de Origen (ferias gastronómicas)
- Cambio de marca y claim: consolidación de la marca Goierri y creación de marcas de producto
- Transformación de museos y productos turísticos
- Implantación del plan de gestión de museos
- Goitur-Basquetour: liderazgo de la Euskadi Verde

## 2.2. Ordenación y Dinamización

- Mejora de la señalítica
- Fomentar y aumentar la participación del sector privado en la planificación, ejecución y seguimiento de los planes de dinamización turística
- Superar las fronteras turísticas del Goierri: Donostia, Tolosaldea, Goierri y Alto Urola
- Mesa de Turismo del Goierri: equipo politécnico

## 2.3. Calidad, Formación e Innovación

- SICTED: destino de calidad y Q turística
- Accesibilidad: ONCE
- Formación para profesionales de todo el sector
- Sistema de acogida a clientes: cursos (programa Anfitriones)
- Desarrollar acciones de fidelización y recomendación
- Recogida y análisis de tendencias turísticas: “Observatorio Turístico”

## 2.3. Calidad, Formación e Innovación

- Planes de innovación: participar en jornadas para la posterior difusión en la comarca
- Desarrollo turístico sostenible: utilización de tecnologías orientadas a la eficiencia energética y la minimización del consumo de recursos
- Utilización de herramientas para el marketing on line
- Plan piloto de innovación: digitalización de la empresa
- Colaboración con el CIC-Tourgune

## 2.4. Promoción y Comercialización

- Análisis y desarrollo de la publicidad :  
análisis de segmentos y mercados y estudio de medios de comunicación
- Posicionamiento en Páginas Web
- Reforzar la marca turística Goierri y crear nuevas marcas de producto
- Redes Sociales: Facebook, Twenti, Twiter, Flickr y Doppler
- Clips temáticos en redes sociales
- Press Trip: España Directo, ETB, periodistas,...(venta de experiencias)
- Street Marketing: promoción en redes sociales y en medios locales

## 2.4. Promoción y Comercialización

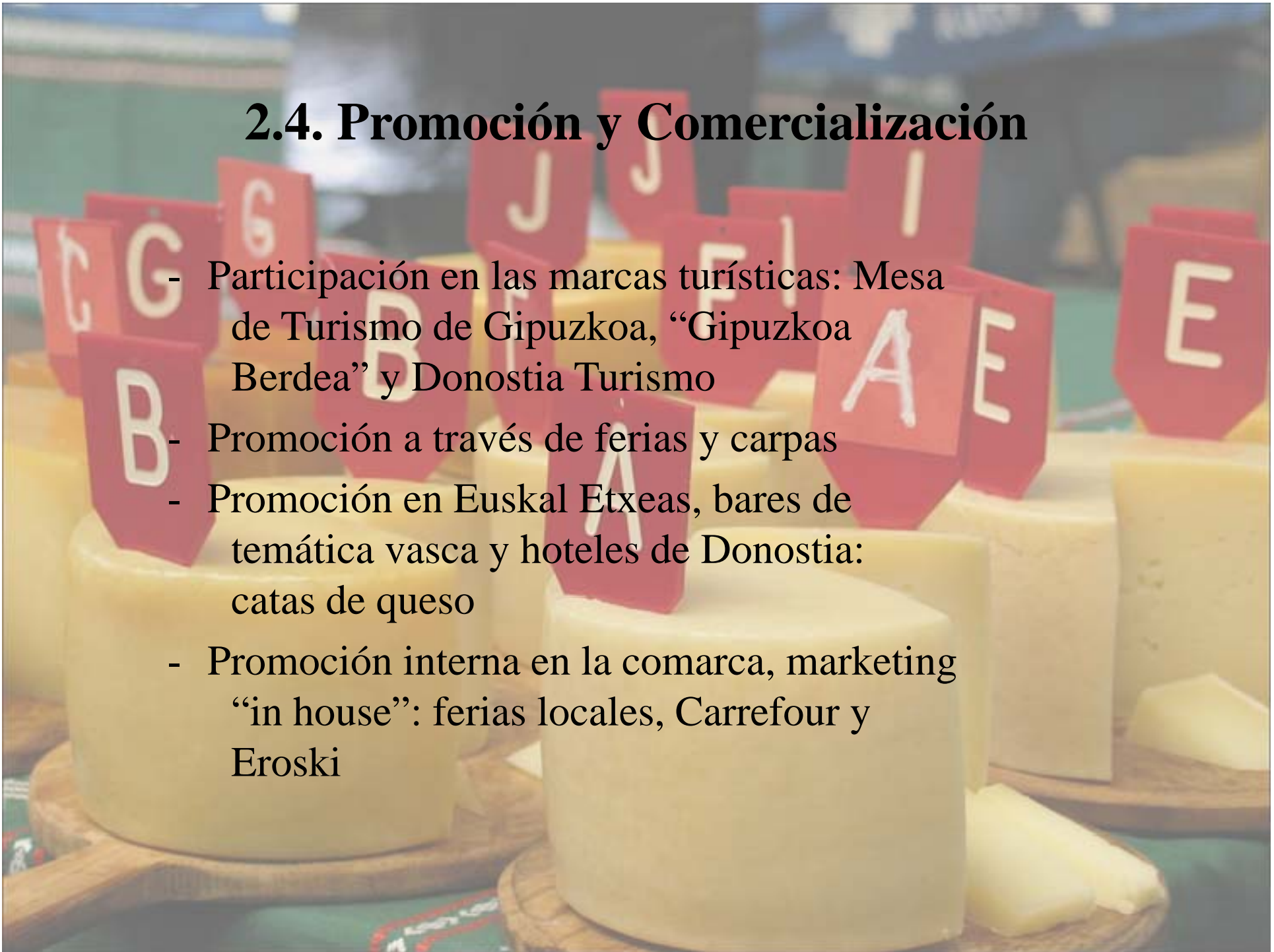
- Video promocional y fotos del Goierri
- Comercialización de paquetes y productos con otras entidades: Donostia Card, Nekatur, Aquarium,...
- Colaboración con Touroperadores y Agencias de Viaje
- Uso de las Centrales de Reservas: booking, Gipuzkoa, Segitur
- Publicidad activa: reportajes en lugar de anuncios
- Publicidad selectiva: nuevas herramientas para llegar a diferentes mercados
- Difusión de “Newsletter” por cada recurso

## 2.4. Promoción y Comercialización

- Reforzar la red de oficinas de turismo de Goierri: imagen del personal
- Análisis sobre la unidad de imagen en oficinas de turismo, socios privados, ferias y material gráfico: imagen corporativa
- Material adecuado a la nueva imagen comarcal
- Pasaporte del Goierri
- Embajadores del Goierri: cocineros, famosos, gente que vive en el exterior,...

## 2.4. Promoción y Comercialización

- Participación en las marcas turísticas: Mesa de Turismo de Gipuzkoa, “Gipuzkoa Berdea” y Donostia Turismo
- Promoción a través de ferias y carpas
- Promoción en Euskal Etxeas, bares de temática vasca y hoteles de Donostia: catas de queso
- Promoción interna en la comarca, marketing “in house”: ferias locales, Carrefour y Eroski



## 2.4. Promoción y Comercialización

- Participación en la marca “Gipuzkoa Berdea”: diseño de nueva Página Web, ejecución de la campaña de publicidad y creación de herramientas para la planificación de viajes
- Socios de Donostia Turismo: paquetes turísticos, Donostia Card, guía de Donostia, jornadas de Turespaña, Donostia 2016 y UNESCO (ciudad creativa)
- Presencia en guías turísticas: Lonely Planet, Anaya, Everest, Santillana, Michelin, Marco Polo,...