



# ENTREVISTA A

## DANIEL SOLANA

### DIRECTOR DE BASQUETOUR

Daniel Solana es director de Basquetour- Agencia Vasca de Turismo, desde septiembre de 2020. Licenciado en Geografía e Historia y máster en Dirección de Marketing, Solana tiene como objetivo mejorar la competitividad del turismo como actividad económica generadora de riqueza y empleo, así como el posicionamiento de Euskadi en segmentos estratégicos, y consolidar la marca Euskadi como destino turístico en los mercados emisores.

# 1

#### **¿Qué es Basquetour? ¿Cuáles son sus objetivos?**

Basquetour es la sociedad pública del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco, creada en el 2006 para liderar el impulso e implementación de la estrategia de competitividad del turismo vasco en colaboración con los entes públicos y privados que conforman la industria turística de Euskadi.

Sus objetivos son: mejorar la competitividad del turismo como actividad económica generadora de riqueza y empleo y el posicionamiento de Euskadi en segmentos estratégicos; consolidar la marca Euskadi como destino turístico en los mercados emisores; adaptar la oferta y el desarrollo de productos en materia de gestión y promoción a temáticas y segmentos de público acordes a las necesidades del mercado y potenciar la monitorización del destino a través de análisis y estudios para su correcta gestión.





## 2

### **¿Cómo se está comportando el turismo en Euskadi? ¿Qué ha cambiado tras la pandemia?**

Parece que se está recuperando la actividad turística en Euskadi. Esta Semana Santa se ha cumplido la previsión del 80-90% de ocupación, que el consejero Javier Hurtado valoraba muy positivamente. No obstante, hay que recordar que los mercados internacionales tienen que continuar creciendo para llegar a los datos anteriores a la pandemia.

## 3

### **Centrándonos en las agencias de viajes vascas, después de dos años muy duros, ¿cuál es la situación actual? ¿Y qué previsiones hay para este verano y el conjunto del año?**

Según las previsiones que nos adelanta el sector, existe un cierto retraso en la intención de viajar, sobre todo, en lo que se refiere a turismo MICE. No obstante, mayo y junio serán muy buenos meses, lo mismo que septiembre y octubre. Veremos cómo se comporta el resto del tiempo, que parece ser dependerá en gran medida de la situación internacional derivada de la crisis de Ucrania y de la económica, que hacen que se produzcan cambios y cancelaciones constantes.

Países Bajos, Suiza, Alemania, Francia y UK serán los países de procedencia, en general a nivel de Europa. USA, Canadá y México, los de larga distancia. Y se empieza a pedir cotización desde Asia (Corea), pero la previsión es que este mercado arranque a partir del 2023.

Por lo tanto, en estos momentos el sector afronta la situación con optimismo, pero con prudencia, porque si bien se aprecia cierta recuperación en algunos mercados, en otros de momento queda mucho por hacer. La recuperación de conexiones aéreas es muy importante y el sector está trabajando muy duro para adaptarse a los nuevos perfiles de cliente y a los nuevos hábitos de consumo, como la agilidad a la hora de recibir reservas con poca antelación.

No obstante, estamos muy satisfechos con el reconocimiento de Euskadi como destino, y creemos que el gran trabajo previo a la pandemia dará sus frutos; de hecho, ya empezaban a recogerse, por lo que no partimos desde cero como destino.

Además, también quiero destacar el trabajo realizado por organizaciones como CEAV durante estos meses de pandemia. En este sentido, el sector vasco, y concretamente ATRAE, Agencias Turísticas Receptivas Asociadas de Euskadi, agradece expresamente a CEAV el trabajo realizado con la negociación de los ERTES y con las propuestas de formación, así como la colaboración e información ofrecida durante este tiempo.



# 4

## **Durante estos meses ¿han existido actuaciones de apoyo a las agencias de viajes por parte de la Administración?**

El Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco, al que pertenece Basquetour, puso en marcha el Plan de sostenimiento del turismo vasco 2021, basado en 3 ejes:

- Un primer eje de ayudas directas que provienen de recursos extraordinarios, en este caso 17,7 millones de euros.
- Un segundo eje centrado en la promoción y dinamización del sector turístico, dotado con 3 millones de euros del presupuesto del Departamento.
- Y un tercer eje complementario, basado en la reorientación de la labor de inspección hacia las prácticas irregulares que más reclama el sector vigilar.

El primer eje se refiere al Programa de Ayudas para el Sostenimiento del Sector Turístico Vasco 2021, que viene a complementar el conjunto de medidas de carácter económico adoptadas por las diferentes instituciones, y como tal, es compatible con todas ellas. Estas ayudas se dirigen al conjunto del sector turístico vasco, a las personas trabajadoras por cuenta propia o autónomas, microempresas, pequeñas y medianas empresas.

Enmarcado en el paquete de ayudas a empresas turísticas de mediación durante la pandemia, también quiero mencionar el acuerdo suscrito entre Gobierno Vasco y CEAV para potenciar la imagen de Euskadi en los mercados español y portugués, así como para reforzar la relación de Euskadi con las agencias de viajes españolas, claves en la cadena de valor turística.



# 5

## **¿Cuáles están siendo las líneas de actuación de Basquetour este 2022?**

Entendemos que la conectividad del destino es fundamental para la actividad turística, y por esa razón trabajamos la promoción turística de nuestros aeropuertos, en colaboración con las sociedades de promoción de los tres aeropuertos, el Departamento de Transportes y otras instituciones implicadas. Así, hemos participado en el evento Routes Europe 2022, en Bergen; apoyamos a las sociedades de promoción en acciones promocionales con enfoque turístico para potenciar las rutas existentes o captar rutas no existentes, y apoyamos también a las sociedades de promoción en la detección de oportunidades y vías de promoción turística entre las compañías aéreas.

En lo que al turismo MICE se refiere, este año queremos fomentar la recuperación del sector y seguir apostando de forma coordinada por acciones promocionales que contribuyan a dar visibilidad a nuestros convention bureaux y a nuestras empresas.

Y en lo relativo al turismo de ocio, estamos desarrollando acciones de promoción en mercados objetivos de cara a incrementar el nivel de penetración y notoriedad de la marca e incentivar la atracción a Euskadi de turistas potenciales en mercados de cercanía y media distancia en coche (5h máximo) y con conexiones directas a Euskadi aéreas, ferroviarias y marítimas. La promoción se dirigirá tanto a mercados y públicos objetivo, como asociado a temáticas, intereses o motivaciones principales. También a segmentos de públicos específicos (parejas, familias, singles).