



## INFORME DE LA DIRECCIÓN DE ECONOMÍA Y PLANIFICACIÓN SOBRE LA ESTRATEGIA VASCA DE TURISMO Y COMERCIO 2030 Y PLANES DE ACCIÓN 2023-2025

---

### 1. Antecedentes

De conformidad con lo previsto en el Acuerdo de Consejo de Gobierno del 15 de diciembre de 2020 por el que se aprobó la “Relación de planes estratégicos del Gobierno para la XII Legislatura y su procedimiento de tramitación”, con carácter previo a la remisión de un plan estratégico a Consejo de Gobierno para su aprobación, el Departamento promotor trasladará la propuesta de Plan a la Dirección de Economía y Planificación (DEP) para que pueda pronunciarse acerca de cualquier aspecto que tenga incidencia en las funciones que tiene asignadas en el ámbito de la planificación.

En relación con los contenidos del Plan que directamente incumben a las funciones de la DEP relacionadas con el análisis económico y la previsión, la planificación y el seguimiento de las políticas, se considera pertinente realizar las observaciones que se recogen a continuación.

### 2. Consideraciones

El Plan Estratégico de Turismo y Comercio que se presenta es uno de los 16 planes estratégicos del Gobierno considerados en la XII legislatura. La Estrategia Vasca de Turismo y Comercio 2030 se ha diseñado con el propósito de constituir una hoja de ruta a medio y largo plazo que recoja las principales palancas y vectores de transformación de los sectores turístico y comercial del País Vasco. Esta estrategia despliega a su vez planes de acción con una mirada a corto plazo (2025) para sendos sectores e implica y orienta la acción de los agentes públicos y privados del ecosistema turístico y comercial del territorio.

A pesar de integrar un único plan, cada una de las áreas, turismo y comercio, presenta una estrategia a 2030 y su correspondiente hoja de ruta a 2025, totalmente diferenciadas una de la otra, por lo que bien podría decirse que estamos ante 2 estrategias independientes.

La interrelación entre ambas estrategias se plantea de una manera general “...como integración sinérgica de la Estrategia de Comercio con el resto de las Estrategias del Departamento (Turismo y Consumo)...” pero en ningún momento se especifica en qué aspectos se va a dar esa integración, a pesar de señalar como una de las palancas de apoyo del comercio vasco al



segmento visitante (turistas/excursionistas) y que, a su vez, Euskadi destaca por ser un destino ideal, entre otras, para "... el comercio y realizar compras a lo largo del viaje...".

### Estrategia Vasca de Turismo 2030 y Plan 2025

- La elaboración de un plan estratégico debe partir del diagnóstico de la situación, comenzando por la evaluación de la política pública implementada hasta ese momento. En el texto se presenta el balance del Plan Director 2017-2020 realizado en 2018 y completado con la información obtenida a través del proceso participativo. A fin de disponer de una base fundamental sobre la que asentar la elaboración del Plan Estratégico de Turismo 2030 debería haberse realizado una evaluación rigurosa de la implementación del plan anterior en todo el período, hasta 2020, habida cuenta, además, de los efectos que la pandemia ha tenido en el sector turístico.
- Respecto al diagnóstico, el plan presentado recoge datos económicos del sector turístico en Euskadi (peso en el PIB, número de empresas, establecimientos y empleo), número de entradas, pernoctaciones, estancia media y grado de ocupación, así como características de las personas visitantes (procedencia, compañía y las motivaciones del viaje). Además de completar este listado con otros datos importantes que definen el sector turístico en Euskadi como son las plazas existentes por tipo de establecimiento (hoteles por categorías, agroturismo y turismo rural, camping...) es preciso indicar que estos datos no captan la incidencia del turismo en su totalidad. El turismo tiene un carácter transversal y heterogéneo que le proporciona singularidad como actividad al haber una marcada interrelación entre los factores económicos, sociales, culturales, políticos, naturales y medioambientales de los destinos. Para ello es necesario ampliar la información sobre una gran variedad de temas relacionados con el efecto que ejerce esta actividad en la economía, la comunidad y el entorno para obtener una imagen precisa de la realidad.

Así, los impactos socioculturales del turismo son todos los cambios sociales y culturales que se producen en una sociedad relacionados con el desarrollo turístico y la interacción entre turistas y su población. Tales cambios influyen en el comportamiento individual, el estilo de vida, las relaciones familiares, el sistema de valores, la conducta, la cultura tradicional etc. Así, por ejemplo, el turismo produce alteraciones en las zonas de residencia de la población local, dado que hay una gran cantidad de personas que abandonan las zonas con mayor atractivo turístico ya sea debido a las grandes aglomeraciones o a la imposibilidad económica de afrontar el precio de la vivienda que se ha visto incrementado por la actividad turística.

A modo indicativo se apunta el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS, por sus siglas en inglés) proporcionado por la Comisión Europea como herramienta de gestión para recopilar y analizar datos con el objetivo de evaluar la incidencia del turismo en un destino y



desarrollar y ejecutar los planes dirigidos a mejorar la sostenibilidad con una visión a largo plazo. El ETIS se compone de veintisiete indicadores principales y de cuarenta indicadores opcionales que se encuentran clasificados en cuatro categorías: Indicadores para la gestión de destinos, Indicadores de incidencia social y cultural, Indicadores de valor económico e Indicadores del impacto ambiental.

Otro aspecto es la medición del impacto del turismo en el ámbito municipal, al considerarse como punto clave por ser la unidad receptora de llegadas. Una planificación turística municipal representa una oportunidad para un desarrollo equilibrado del turismo en el futuro, proporcionando una solución a los problemas y amenazas de la actividad turística en el ámbito local gracias a la detección temprana de dichos problemas.

- Es preciso definir claramente el modelo de gobernanza de la estrategia ya que en el texto se presentan dos modelos distintos. En el apartado específico se propone que gestione la estrategia un Comité de Dirección formado por el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco y Basquetour, constituyéndose los grupos de trabajo que se consideren oportunos para implantar los proyectos y actuando como órgano consultivo o de asesoramiento la Mesa de Turismo de Euskadi.

Por otra parte, en el desarrollo del Plan de acción a 2025 se propone la creación de la Comisión de Turismo Sostenible como elemento de coordinación e interlocución interdepartamental e interinstitucional para el desarrollo y la implementación de la Estrategia Vasca de Turismo Sostenible 2030. Dicha comisión contará con la participación de al menos las siguientes entidades y departamentos: Viceconsejería de Cultura, Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria, EVE, Secretaria General de Acción Exterior, Viceconsejería de Seguridad, Viceconsejería de Empleo e Inclusión, Lanbide, Viceconsejería de Economía y Fondos Europeos, Viceconsejería de Formación Profesional, Viceconsejería de Planificación Territorial y Agenda Urbana, Diputación Foral de Bizkaia, Diputación Foral de Álava, Diputación Foral de Gipuzkoa, Asociación de Municipios Vascos.

- En relación con el sistema de seguimiento, es preciso señalar que todo plan estratégico debe identificar un sistema de indicadores cerrado que permita contrastar la idoneidad de la estrategia y las medidas desarrolladas. Los indicadores elegidos deben vincularse en la medida de lo posible a los ámbitos y objetivos estratégicos que se establezcan, indicando el valor de referencia inicial y fijando objetivos cuantitativos para cada uno de los años del periodo de vigencia del Plan.
- Según las cifras presentadas, el presupuesto para el desarrollo de los proyectos del Plan de Acción asciende a 65,6 millones de euros en 2023, 68,9 en 2024 y 72,3 en el año 2025. Estos gastos serán financiados por las partidas presupuestarias ordinarias destinadas al turismo en los Presupuestos del Gobierno Vasco, una partida correspondiente al Programa Berpiztu para



la intervención en Araialde y los fondos provenientes del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, tanto los incluidos en el presupuesto como los no incluidos.

Los datos de financiación del año 2025 no están claros. En el año 2025 la financiación ajena al presupuesto ordinario de turismo desciende de 44,4 millones de euros a 19,1 millones de euros, lo que implica una subida de las partidas presupuestarias de turismo de 24,5 millones de euros en 2024 a 53,2 millones de euros, lo que es un aumento espectacular y no se corresponde con el escenario de incremento del 5% anual que se explicita en el texto.

Por su parte, el desglose por línea estratégica sitúa en 16,5 millones de euros el presupuesto ordinario de turismo en el año 2025, lo que sumado a los 19,1 millones de euros de financiación ajena al presupuesto da un total de 35,6 millones de euros, lejos de los 72,3 millones mencionados.

#### Estrategia Vasca de Comercio 2030 y Plan 2025

- La Estrategia se formula a partir de un potente diagnóstico de situación que permite identificar las tendencias que, a su vez, señalan los puntos críticos y palancas de apoyo para la transformación del comercio vasco a 2030. En relación con este apartado de diagnóstico y como recomendación de carácter formal, sería preferible que las principales lecciones extraídas de la evaluación del anterior plan de comercio 2017-2020 se presentaran estructuradas en los ejes/ líneas de acción en los que se articulaba aquél.
- En materia de gobernanza y participación de la Estrategia y el Plan de Comercio, se plantea la creación de una Secretaría Técnica (intradepartamental), una Comisión Interdepartamental y un Consejo Vasco de Comercio (reformulación de la actual Comisión Consultiva de Comercio donde están representados los tres niveles de la Administraciones Vascas y los agentes económicos y sociales), así como, a instancias del Consejo, Mesas de trabajo ad hoc para finalidades concretas, pero no se precisa nada más. Dejando al margen las mesas, para cada una de estas estructuras se deberían concretar su composición, funciones y régimen de funcionamiento.
- En relación con el sistema de seguimiento, habría que evitar posibles duplicidades entre los indicadores recogidos en los cuadros de mando de la estrategia y el plan (edad media, % empleo femenino). Además, en el cuadro de mando del plan, tal y como ya se hace en el de la estrategia, sería preferible incluir en la propia tabla dos columnas relativas a la situación de partida y la fuente de todos los indicadores (estas referencias se ofrecen a pie de página, pero no para todos los indicadores).



- En el epígrafe de “Análisis económico” se presenta un escenario de recesión en la Eurozona para 2023 que ya ha sido descartado por todos los organismos que elaboran proyecciones económicas. Pese a las incertidumbres alrededor de la guerra en Ucrania y la persistencia de la inflación, las previsiones actuales tanto para la zona del euro como para la economía mundial son de ralentización del crecimiento, pero en ningún caso de recesión. En particular, el BCE (la fuente citada en el análisis) en sus proyecciones macroeconómicas de marzo de 2023 estima que, pese al endurecimiento de las condiciones de financiación, la economía de la zona del euro debería crecer un 1,0 % en 2023 y un 1,6 % en 2024 y 2025. En el caso de Euskadi, las últimas previsiones del Gobierno Vasco, también de marzo de 2023, apuntan que la economía vasca crecerá un 1,5% en 2023 y el 2,1% en 2024, y que se crearán unos 10.000 empleos en cada ejercicio. En consecuencia, sería necesario actualizar la situación económica general esperada en la que se desarrollará el nuevo plan de comercio.

Un paso más allá, el escenario económico debería presentarse de forma conjunta para los planes de comercio y turismo, apuntando las posibles implicaciones que en términos de actividad y empleo pudieran darse para cada una de las dos áreas.

- En cuanto a los recursos económicos previstos para la ejecución de la estrategia, deben especificarse y consignarse la totalidad de los créditos presupuestarios dirigidos al área de Comercio, incluido el capítulo 1 de gastos de personal. Así, en los Presupuestos de 2023 la dotación del programa 7612 Comercio interior que tradicionalmente concentra los recursos en este ámbito asciende a 21,5 millones de euros gastos de personal incluidos y el programa 1228. Mecanismo de Recuperación y Resiliencia asigna a la Dirección de Comercio 4,2 millones de euros. Sin embargo, la dotación presupuestaria presentada para el año 2023 es de 19,7 millones de euros.

También sería necesario explicitar y explicar las variaciones en el gasto previstas para cada uno de los dos periodos de vigencia de la estrategia (2023-2025 y 2026-2030).

Por último, la financiación procedente del mecanismo de recuperación Next Generation EU debería actualizarse si se han obtenido más fondos que no están incluidos en el presupuesto. Además, sería conveniente aportar una estimación de los recursos adicionales que pudieran captarse en nuevas convocatorias del Estado.