bizibiziki

HERNANIKO TURISMO HAUSNARKETA

SEKTOREAREN INGURUKO DIAGNOSTIKOA

2018. URTEA

Hernaniko Udala



0. SARRERA:

METODOLOGIA ETA PARTE HARTZEA

PROZESUAREN HELBURUAK

1 JOMUGA TURISTIKOAREN DEFINIZIOA ETA DELIMITAZIOA

1.1 Zein da jomuga turistikoa eta honen ezaugarri orokorrak:

1.1.1 KOKAPEN GEOGRAFIKOA

1.1.2 ERREALITATE SOZIO-DEMOGRAFIKOA

1.1.3 GARRAIO SAREA

1.1.4 OINARRIZKO AZPIEGITURA TURISTIKOAK.

1.2 Kudeaketa turistikoa

1.3. Hernaniarrak eta Turismoa

2 BALIABIDE ETA PRODUKTU TURISTIKOEN ANALISIA

2.1 ONDARE ETA BALIABIDE TURISTIKOEN ANALISIA

2.2 PRODUKTU TURISTIKOEN ANALISIA

3 BISITARIAREN INGURUKO ANALISIA

3.1 BISITARI KOPURUAREN BILAKAERA

3.2 TURISTA TIPOLOGIA, JATORRIA ETA FLUXU TURISTIKOAK

4 TURISMO SEKTOREAREN ANALISIA

4.1 Alojamenduak eta hauen ezaugarriak

4.2 Jatetxeak eta hauen ezaugarriak

4.3 Enpresa pribatuak eta hauen ezaugarriak

5 PROMOZIO ETA KOMUNIKAZIO ANALISIA

Aurrekariak. Irudi-marka turistikoa

5.1. Bidaiaren faseak

0. SARRERA:

Hernaniko Udalak, aukerak sortzeko tresna moduan ulertzen du jarduera turistikoa, jomuga turistikoa oinarritzat izango duen bisioan oinarritutako **gestio iraunkorra, parte hartzailea, aktiboa eta solidarioa. Jarduera aktibo bezain inklusiboa, ekintzak, ondarea, azpiegiturak, baliabideak, gizartea edota estruktura ekonomikoa ere kontuan izango dituena.** Guztia, berrikuntza eta aldaketan oinarritua jomuga turistikoaren beharrei erantzunez.

Jarduera turistikoak, agente ezberdinak osatzen dute eta adar ezberdinak biltzen ditu, beraz, jarduera ekonomikotik haratago ulertzea ezinbestekoa izango da. Turismoa jarduera transbertsala da egun; lurraldea, baliabideak, gizartea eta bere agente ekonomiko, sozial zein politikoak inplikatzen dituena. Hortaz turismoa garatzen den jomuga turistikoan eragin positibo zein negatiboak sortzeko gaitasuna du eta beraz bere gestioaren ardura esparru ezberdinetara zabaltzen da.

Hernaniko udalak martxan jarritako plan honek, estrategia berri baterako oinarriak ezarri nahi ditu eta bertako agenteentzako hausnarketa turistikorako marko bat eskaini. Hortaz zenbait erronka identifikatzen dira:

Bereizten gaituzten elementuen zaintzan eragitea eta bereziki hauskortasun maila adierazten duten baliabideekin. Zentzu honetan indikatzaile koantitatiboetatik haratago ezinbestekoa izango da indikatzaile kualitatiboak ere identifikatzea gestio integralari begira erabakiak hartzen laguntzeko.

Zenbait ekintza ekonomikoen bultzadan laguntzea. Turismoak sektore ekonomikoan eragin arrastatzailea duela badakigu ere, ezinbestekoa izango da eragile ezberdinen arteko inplikazioan eragitea bertako eskaintza indartzeko.

Bertako biztanleriaren ongizatean eta bizi kalitatean eragitea. Herriko agente ezberdinekin lan egitea ezinbestekoa izango da, ahal den neurrian bizi kalitatean eragin eta eskaintza berezitua sortzeko. Lanpostuak sortzen dituzten ekintzen gaineko fokoan lan egitea garrantzitsua izango da.

Gestio publiko-pribatu baterako eredua landu eta martxan jartzea beharrezkoa izango da, produktu berriak martxan jarri eta bisitariari esperientzia berriak sortzeko. Beharrezkoa izango da zentzu honetan, formazioaren beharrei arretaz begiratzea eta bisitarien inguruko datuei arretaz erreparatzea.

Lurraldearen antolamendu ordenatua eta iraunkorra bermatzea. Mugikortasun iraunkorrera ardatz hartuz eta espazioen antolamendu orekatuari begira.

METODOLOGIA ETA PARTE HARTZEA

Turismoa zeharkako jarduera da eta beraz berau planifikatzeko agente ezberdinen parte hartzea ere irizpide garrantzitsua da. Agente pribatuak, agente publikoak zein herritarrak dira edo izan daitezke turismo jardueraren agente aktiboak eta beraz honen planifikazioan parte hartze kanalak ahalbidetu eta turismo iraunkorrean ahalduntzea garrantzitsua da.

✓ **Diagnostikoa**ren baitan; parte hartze foro ezberdinak ahalbidetu dira:

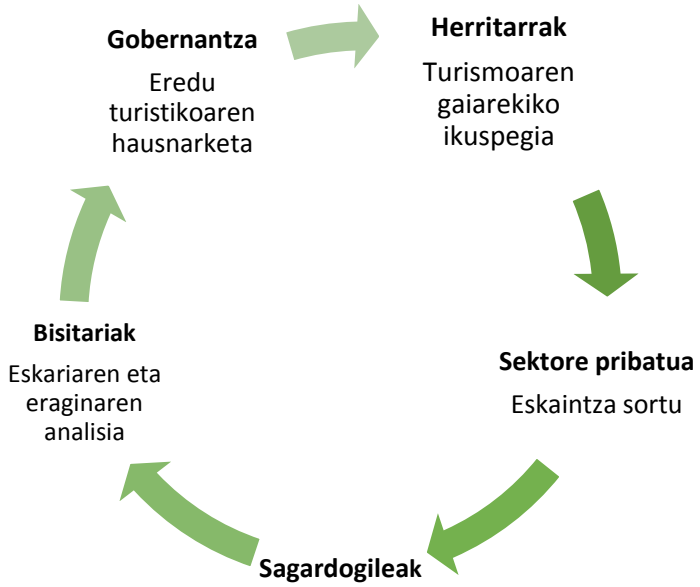
1- Agente ezberdinekin bilkurak:

- **Sektore pribatua/ eskaintza:** Egun bisitariarekin harreman zuzena duten sektorea da eta eskaintza sortzeaz arduratzen dena. Honela, diagnostikoaren baitan agente garrantzitsuak izan dira, egungo errealitatea turistikoa nola bizitzen duten ezagutzeko.
- **Gobernantza:** Hernanik apustu egiten duen turismo ereduaren inguruko berri ematez gain, Hernani kokatzen den jomuga turistikoen arduradunekin gestio ereduaren inguruko ikuspegi eta azterketa burutu nahi izan da.
- **Herritarrak:** Turismoaren agente aktiboak dira herritarrak eta egungo turismoaren gaineko ikuspegia ezagutu, asebetetze maila neurtu eta zein ondarekin identifikatzen duten jomuga turistikoa identifikatzeko saiakera burutu da.
- **Sagardotegiak:** Eskaintzaren agente aktiboak badira ere, egungo errealitateak eskaintza berezitu bezala aztertzea eragin du.
- **Bisitariak** errealitate turistikoan barne kokatzen badira ere, lan honek udalak bisitetatik jasotako informazioa aztertu du. Aipatzekoa da, era berean, lan hau burutu den denbora-tarte berdinean Siadeko enpresak sagardotegietako bisitarien gaineko zenbait inkesta bultzatu dituela.

2- Sektore pribatuari zenbait galdetegi online helarazi zaizkio:
(Azterketa honen baitan identifikatutako agente berriak ez dira galdetegietan sartu)

- **Ekintza enpresak:** Turismo jarduera bere jardunbidea duten enpresak izan dira: Chillida Leku, Galarreta Jai Alai (Oriamendi 2010 SL) eta Sagardun partzuergoa. Udalarekin adostutako agenteak izan dira, hala ere, lan honen baitan turismo ekintza gehiago antolatzen dituzten enpresak badirela identifikatu da, naiz eta batez ere Hernanitik kanpo lan egin.

- **Alojamendu eta jatetxeak:** Sektore pribatua, turismo eskaintzaren ardatz nagusia izanik, galdetegia luzatu da, bezero eta ezaugarriei dagokion informazioa eskuratzeko.
- **Bestelako enpresak**: Turismotik haratago, bestelako sektore ekonomikoetara dedikatzen diren Hernaniko enpresei ere galdetegia luzatu zaie, barne ekintza edota beraien bezeroei begira intereseko gaia izan daitekelakoan.
- **Sagardogileak:** Bisitarien perfila eta sagardogileen ikuspuntua azaltze aldera galdetegia luzatu da.



Galdetegien harrera ez da behar bezain altua izan, ez baitira erantzun gehiegi jaso, eta beraz, jasotako datuak joera bat azaltzeko balio dezakete soilik, ez emaitza finalak irudikatzeko.

- Eskualdeko informazio puntuak. Diagnostikoa osatze aldera eta eskualdeko errealitatea irudikatzeko asmoz, Astigarraga edota Andoaingo datuak gehitu dira.

Hernani jomuga turistikoaren testuingurua modu zabalago batean ulertzeko, txosten honetan zehar sektore turistikoaren kanpo analisiari buruzko hainbat gai jorratu dira. Hala nola, atal desberdinetan eta modu desberdinduan, Buruntzaldea eskualdeko, Gipuzkoako zein Euskal Autonomi Erkidegoko datuak, konparaketak eta hausnarketak tartekatu dira.

- **Ildo estrategiko eta ekintza planaren** baitan, aldiz, Hernaniko udaleko maila politiko-teknikoan parte hartzea bilatu da, diagnostikoaren baitan erronkak identifikatuz.



PROZESUAREN HELBURUAK

Prozesuak berak izan ditzakeen helburuez gain, lan honek 2017. urtean udalean sail bakoitzeko lan ildoak bateratu eta etorkizuneko lan lerroak zehazteko prozesuan ateratako erronkak ere hartu nahi izan dira kontuan horien egikaritzean izan dezakeen intzidentzia ezagutzeko.

Helburua

- Orain arteko ibilbidearen eta herriko errealitate turistikoaren diagnosia burutzea.

Helburua

- Hernaniko udalak turismo bultzatzeko etorkizuneko lan ildoak identifikatzea.

Nora goaz Turismo

- Urumea komunikabide eta turismo-bide
- Nafarroa eta mendirako sarrera
- Bailara handia, bailara txikia
- Sagardoaren kultura berreskuratu
- Historia: gerrako obusak + ginkoa, kaxkoa + portu izaera berreskuratu
- Santa Barbara eta herriak jarduera bezala bultzatu
- Turismo bailara mailan landu
- Masifikazioa ekidin sagardo garaian

1. JOMUGA TURISTIKOAREN DEFINIZIOA ETA DELIMITAZIOA

Hernani errealitate turistikotik urrun bizi izan den herria dela esan dezakegu, azken urtetan aldiz turismoak eskaini ditzakeen aukeraz jabetuta plan estrategiko eta zenbait lan ildo jarri ditu martxan. Egungo testuinguru sozio-ekonomikoan ere herri ereduaren baitan oinarritutako alternatibak mahai gaineratu ditzakela uste da eta ildo honetan kokatuko dugu eskuartean dugun dokumentu hau.

1.1 ZEIN DA JOMUGA TURISTIKOA ETA HONEN EZAUGARRI OROKORRAK:

Kokapena, klima, errealitate demografikoa, garraio sarea eta azpiegiturak.

Analisi honetarako Hernanirekin lotura izan dezaketen faktoreak hartu dira kontuan.

Jomuga turistikoen definizioa burutzea zail suertatzen da maiz, errealitate turistikoaren eragin esparruak ere ezberdinak izan daitezkeelako. Horrez gain, muga administratiboak errealitate natural eta kulturalen gainetik ezartzen dira maiz eta turismoak muga administratiboez haratago garatzen den aukera izanik zail egiten da bi errealitateren arteko mapa sortzea.

Hernaniri dagokionean jomuga turistiko ezberdinetan kokatzen dela esan dezakegu egun Sagardo Lurra, SS Region, Donostialdea turismo, Urumea Arnastu eta Hernani bera.





Sagardo Lurra	Nahiz eta Hernani eta Astigarra izan erreferentziak. Oarso eta Buruntzaldeko eskualdeak jasotzen ditu.
SS Region	Gipuzkoako mugak hartzen ditu.
Donostialdea turismo	Buruntzaldeari dagokion udalerriak hartzen ditu: Astigarraga, Andoain, Lasarte-Oria, Urnieta eta Hernani.
Urumea Arnastu	Arano, Goizueta, Ereñotzu eta Hernani udalerriak hartzen ditu.
Hernani	Hernaniko mugak hartzen ditu.

Aurrekariak:

Egoera honek posizionamenduaren hausnarketa eta estrategia lantzeko beharra azpimarratzen du. Hala eta guztiz ere, ondorengo lanak Hernaniko errealitate turistikoa kokatuko du jomuga turistikoaren zentroa, egungo muga administratibo-politikoak irizpide bezala hartuta. Modu honetan, ondorengo azterketa eta etorkizuneko indikatzaileak ere errealitate horri erantzutera bideratu beharko dira.

Udalean turismo saila martxan jarri zenetik ondorengoak dira burututako lanak :

- Hernaniko baliabide turistikoen analisia (2003-LKS)
- Plan de Turismo de Hernani (2004-LKS)
- Eskualdeko Turismo dinamizazio plana (2012- Noski Consulting Tour)

1.1.1 KOKAPEN GEOGRAFIKOA:

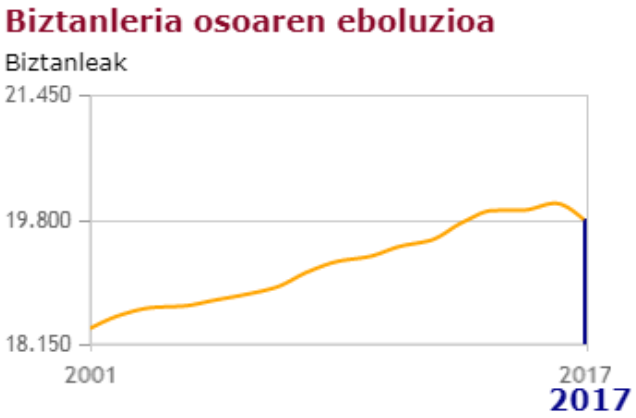
Kokapen zehatza:	Gipuzkoako ipar ekialdeko udalerria, Donostiatik 9km-ra kokatua. 39,81 km2 azalera du eta Donostia, Astigarraga, Arano (Nafarroa), Lasarte Oria, Urnieta, Elduain eta Errenteriarekin muga egiten du.
Ardatz hidrografikoa:	Urumea ibaia. Iparraldetik hegoaldera.
Auzoak:	24 auzo ditu.
Klima ezaugarriak:	Klima gozoa dela esan dezakegu, orokorrean nahiko tenperatura epelekin. Urtarorik lehorrenetan ere euri prezipitazio handiko gunea da. Urteko bataz besteko tenperatura 14,6ºC-tan kokatzen da eta bataz besteko prezipitazioa 1265 mm-koa da.

1.1.2 ERREALITATE SOZIO-DEMOGRAFIKOA

2017		
Biztanleria	19.774	
Adina	-	-
Jaiotze-urtea	-	
Emakumezkoak	10.083	% 51,0
Gizonezkoak	9.691	% 49,0
Sexu ratioa (E/G)	1,04	
Erreferentzia data	2017/01/01	
Datu mota	Behaturiko datuak	

Iturria: Eustat, 2017

2018ko urtarrilak 1eko datuen arabera (Hernaniko Udala, 2018) **20.220 biztanle** dituen herria da Hernani. Azken urteetan herrian martxan jarritako urbanizazio eta etxebizitza politikak igoera honetan eragina izan dutela esan dezakegu, honela gorantzko joeran kokatzen da Hernani, 20.000 biztanleko herri kategorian kokatuaz. 495,71 biztanle/km^2-ko dentsitatea du (2017).

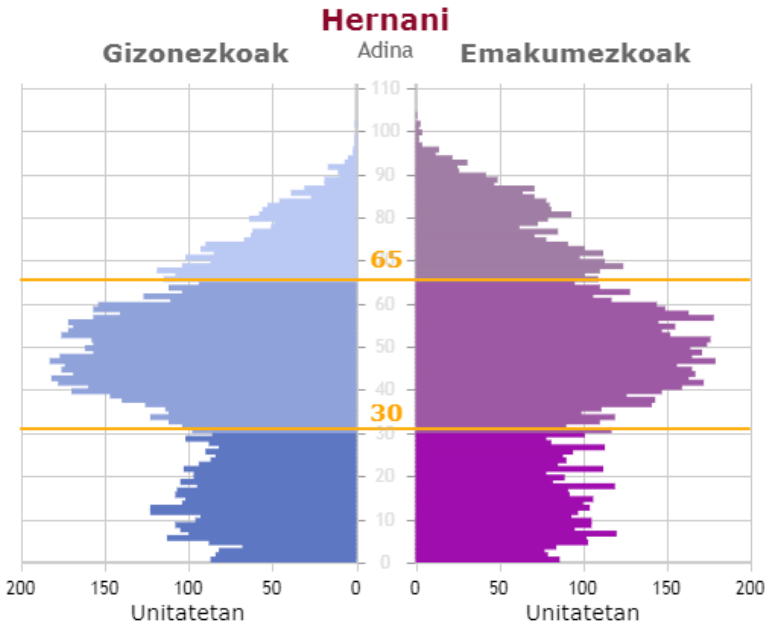


Iturria: Eustat, 2017

Sexu banaketari dagokionean emakume eta gizonezkoan banaketa paretsua azaltzen du (emakumezkoak biztanleriaren %51a eta gizonezkoak, %49).

Adin tartea	Kopurua	%Guztira
≥65	3.896	%19,7
30-64	10.128	%51,2
≤29	5.750	%29,1

Adin tarteei dagokionean aldiz; biztanleriaren erdia baino gehiago 20-64 urte artean kokatzen da. Adin-tarte eta sexuaren banaketari dagokionean, lehenengo bi urte sailkapen tartetan (0-30 eta 30-65) kopuru altuagoa erakusten dute. Aldiz 65 urtetik gorakoen tartean, emakumeak gehiengoa dira.



Iturria: Eustat, 2017

1.1.3 ZENBAIT INDIKATZAILE EKONOMIKO:

Turismo jarduerak lurraldeetako estruktura ekonomikoetan aldaketak eragin ditzakela badakigu. Aldaketa hauek gainera kasu askotan ez dira positiboak izaten. Hernaniren kasuan turismoak estruktura ekonomikoan eraginik izan ez duela antzeman badaiteke ere interesgarria ikusi da zenbait indikatzaileren azterketa orokorra burutzea.

TURISMO ENPRESAK HERNANIN ETA TURISMOAREN EKARPENA:

Aipatu bezala, turismoak, berau garatzen den inguruetako ekonomian eragiteko gaitasuna du. Hernaniko sektore ekonomikoei dagokionean, zerbitzuen sektoreak enpresa tipologien %67,78a (Iturria: Udalmap, 2017) litzateke eta barne produktu gordinaren %42,70a (Iturria: Udalmap, 2017). Irakurketa honetan turismoarekin lotura izan dezaketen enpresak identifikatu beharko lirateke.
Eustat-en 2012ko datuen arabera, komertzioa, garraioa edota ostalaritzarekin loturiko enpresak sektorearen %14,3a suposatzen zuten.

POPULAZIO AKTIBOA ETA LANGABEZIA TASA:

Populazio aktiboa eta langabezia tasari dagokionean turismoak Hernanin izan dezakeen eragina ikusteko datuak ez dira ezagutzen egun. Afluentzia altuko garaietan esaterako (txotx garaia) langabezia tasa jeitsi edota sortzen den lanaren kalitatea aztertzea indikatzaile interesgarria izango da.
%49,44 litzateke Hernaniko populazio aktiboa (Iturria; Udalmap, 2017) eta populazioa aktiboaren gaineko langabezia tasa %7,38koa.

16 urtetik gorako biztanleriaren langabezia			
HERNANI	2010	2012	2016
Guztira	8,3	14,3	13,0
Gizonezkoa	8,8	14,8	12,9
Emakumezkoa	7,6	13,7	13,0

TURISMOA ETA ETXEBIZITZA

Testuinguru honetan, turismoak etxebizitzaren egoeran eragin nabarmena izan dezakeela ikusi dugu gure inguruko herrietan. Bigarren etxebizitzak edota alokairuak turismo jarduerarekin lotura zuzena duela ikusi dugu eta Gipuzkoako zenbait herritan bertako biztanlegoan eragin zuzena izan duela. Zentzu honetan, Gipuzkoako Foru Aldundiak 2017. urtean “Turismo Jasangarria Gipuzkoan” izenpean egindako ikerketan zerbait indikatzaileren azterketa burutu

zuen. Azterketa honetan, Hernani Gipuzkoako beste herri batzuekin batera aztertzen da (Azpeitia, Donostia, Getaria, Hondarribia, Oñati, Pasaia, Segura, Tolosa eta Zumaia). Indikatzaile ekonomikoen artean ondorengoak azpimarratzen dira:

- **Lur ez eraikitzailea:** Turismoak lurraren birkalifikazioan eragin dezake eta lur ez eraikitzailea eraikitzaile izatea bihurtu, azken urteetan Hernanik ez du aldaketarik ia izan zentzu honetan, %88,02a da lur ez eraikitzailea.

TAULA: Lur ez eraikitzailea, 2010-2014 (%)

	2010	2014
ANDOAIN	86,90	83,97
ASTIGARRAGA	80.25	74,81
HERNANI	87,46	88,02
LASARTE- ORIA	61,79	63,38
URNIETA	95,13	90,50
USURBIL	89,77	89,12

- **Bigarren etxebizitza ohiko etxebizitzarekin alderatuz.** Hernaniko kasuan %2,28 litzateke. Hernani ez da bigarren etxebizitzaren arazoa pairatzen duen herria.

BIGARREN ETXEBIZITZA LEHENENGO BIZITZAKIKO, 2011 (%)
Bigarren etxebizitza/ lehenengo etxebizitza * 100

	1991	2011
ANDOAIN	1,66	1,80
ASTIGARRAGA	3,61	2,60
HERNANI	2,75	2,28
LASARTE- ORIA	2,12	1,44
URNIETA	2,98	2,15
USURBIL	3,11	8,9

- Hutsik dauden etxebizitzaren portzentaia ohiko etxebizitza eta bigarren etxebizitzarekin alderatuz. %12,09ko portzentaia azaltzen du Hernanik, hutsik dauden etxebizitzen portzentaia altua adieraziz.

ETXEHUTSAK BIGARREN ETXEBIXITZA ETA ETXEBIZITZA NAGUSIAREKIKO
Hutsik dauden etxebizitzak/etxebizitza nagusia + bigarren etxebizitza * 100

	1991	2011
ANDOAIN	14,87	10,83
ASTIGARRAGA	14,08	21,60
HERNANI	8,6	12,08
LASARTE- ORIA	10,8	10,19
URNIETA	10,26	7,97
USURBIL	15,06	8,99

ALOJAMENDUAK:

Lurralde batean sortzen diren ostatu establezimenduan kopurua eta, beraz, negozio hauek eragiten dituzten lanpostuak eta diru-sartzeak datu adierazgarriak dira. Txosten honek jasotzen duen alojamenduei dagokion atalean aztertzen da puntu hau sakonean.

Alojamenduetako etortze maila edota eskariaren analisia indikatzaile ekonomikoak izan daitezke sektorearen analisirako. Lan honetarako, aldiz, ez dira Hernaniri buruzko beharrezko datuak eskuratzerik izan.

1.1.4 INGURUMEN INDIKATZAILEAK

Estatu guztien agendetan kokatzen da klima edota ingurugiroaren inguruko gaiak. Ikuspuntu honetan, turismoak ere berau kokatzen den inguruaren gainean eragina izan dezakeela badakigu. Honenbestez turismoa garatzen den inguruko errespetuan ezinbesteko ardura izan behar du, beharrezkoa den kasuetan jarduera bera mugatuz.

- ✓ **Babes bereziko guneak azalera osoarekiko: (Km2)**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
HERNANI	2,16	2,20	23,60	23,60	23,59	23,59	23,59

Adierazgarria da, 2011- 2012 urte bitarteetan izandako babes bereziko guneen aldaketa.

Babes bereziko guneak	
Andoain	2,65
Astigarraga	0,75
Lasarte-Oria	0,01
Urnieta	6,19
Usurbil	14,49
Eskualdea	23,97
Gipuzkoa	23,21

Iturria: Udamap, 2017

- ✓ **Urteko energia kontsumoa, ur kontsumoa edota kutsadura lunimikoa, turismoak Hernanin izan dezakeen eragina aztertzeko indikatzaileak dira.**

Urteko energia kontsumoa biztanle bolumenarekiko:

HERNANI	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Bariazioa
Urteko energia kontsumoa	24.0005	23.514	23.237	22.687	23.007	23.014	23.465	-540

Iturria: Eustat

Orokorrean paretsua izan dela esan dezakegu. Interesgarria litzateke ezagutzea, bisitari askoko garaietan (txotx denboraldian esaterako) joera aldagarririk ikusten den.

HERNANI	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Bariazioa
Urteko ur kontsumoa	186,48	189,46	167,71	167,32	166,37	186,48	-20,11

(Urteko ur eskaria (*urteko m*^{3}) / Biztanleria guztira/365 egun)

Iturria: Eustat

Aurreko kasuan bezalaxe, hilabetekako datua ezagutzeak turismoak izan dezakeen eragina aztertzen lagunduko liguke hala ere azpimarratzekoa da izandako ur kontsumoaren beherakadan 20litro gutxiago kontsumituz biztanleko- urteko.



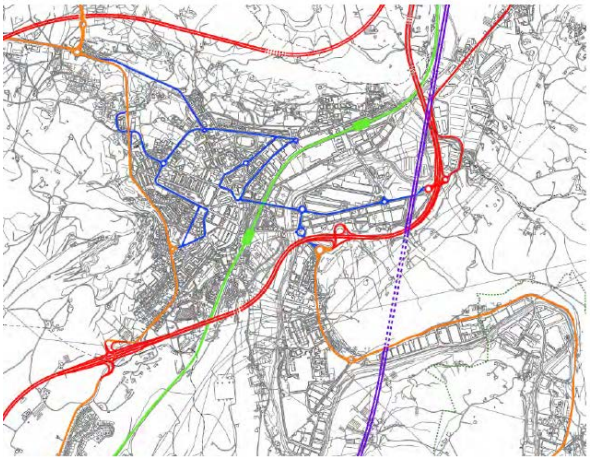
- ✓ Kalitate akustikoa.

Kalitate akustikoan eragina izan dezaketen foko ezberdinak ditu Hernanik: ibilgailuen zirkulazioa, trenbidea, industria, zenbait obra-lanekin lotutako zarata eta aisiarekin lotutako txotx garaiari dagokiona (urteko sasoi eta egun zehatzetan pilatzen dena). Azken hau litzateke batez ere turismoari zuzenean lotu ahalko genukeena eta Udalak 2003an egindako *Herri Zarataren mapan* Kardaberaz kalea eta Kale Nagusia dira zarata gehien jasaten dutenak.

1.1.3 GARRAIO SAREA

Ondo komunikatua dagoen herria da Hernani, errepide, tren edota bizikleta sare zabalarekin.

- Kanpo mugikortasuna:
  - Errepide Sarea:



  - Garraio publikoa: Autobusa eta trena

    A1: Hernani – Astigarraga – Martutene – Donostia

    A2: Hernani – Astigarraga – Donostia

    G1: Hernani – Aiete – Donostia

    G2: Andoain – Urnieta – Hernani – Donostia

    G3: Andoain – Urnieta – Hernani – Ospitaleak

    G5: Andoain – Urnieta – Hernani – Anoeta

    G6: Hernani – Pikoaga

    T6: Hernani – Lasarte – Zubieta – Usurbil

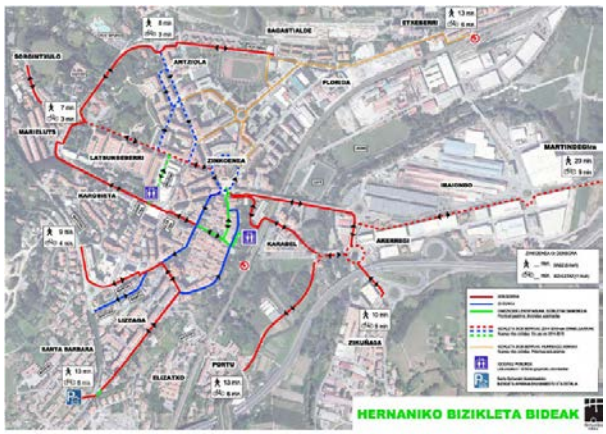
  - Oinezko bideak eta bizikleta sarea.

Irudia: Gipuzkoako bidegorri sarea. Gorriz daudenak eginda dauden bide gorriak dira eta urdinez aurreikusitakoak. Iturria: Gipuzkoa Bizikletaz



Barne mugikortasuna: Barne mugikortasunari begira lanketa berezia bultzatu du Hernaniko udalak, herriko zenbait gune peatonalizatu, bizikleta sarea indartuz edota mugikortasun bertikala hobetzeko baliabideak eskainiz.

- Bide gorri sarea: Hernaniko bide gorri sareak Hernani osora bizikletan ailegatzeko aukera eskaintzen du. Egun inguruko herriekin lotura egitea ere posible da eta Donostia, edota Buruntzaldeko herri askotara. Gipuzkoako egitasmoak ikusirik erreferentzia turistikoko herriekin lotura izan dezake Hernanik.



Irudia: Hernaniko Bizikleta Sarea. Iturria: EAE-ko mugikortasun foroa.

1.1.4 OINARRIZKO AZPIEGITURA TURISTIKOAK.

Jomuga turistikoan turisten etorrera errazten duten zerbitzu eta azpiegiturak lirateke. Zerbitzuei dagokionean aipatutako garraio bideak lirateke garrantzitsuenak.

Azpiegiturei dagokionean bisitariak artatzeko informazio puntua izango genuke.

- Biteri Kultur Etxea. Urte guztian zehar eman dezake informazioa.

Ordutegia/egutegia: Astelehenetik ostiralera eta goizez soilik (07:45etatik 15:00 arte). * Bilerak direnean… itxita.

- Biteri kultur Etxea. Kanpoaldeko Etxola. Urtean bi garaitan irekitzen da: txotx denboraldiko asteburuetan (12-13 asteburu) eta uztaila-abuztuan egunero.

Ordutegia/egutegia:

Txotx denboraldiko ordutegia:

- Larunbatetan 10:15-14:15 / 16:30-19:30

- Igande eta jai egunetan 11:00-15:00

Uztaila eta abuztuko ordutegia:

- Larunbatetan 10:00-14:00 / 17:00-20:00
- Igande eta jai egunetan 10:00-14:00
- Astelehenetan itxita.

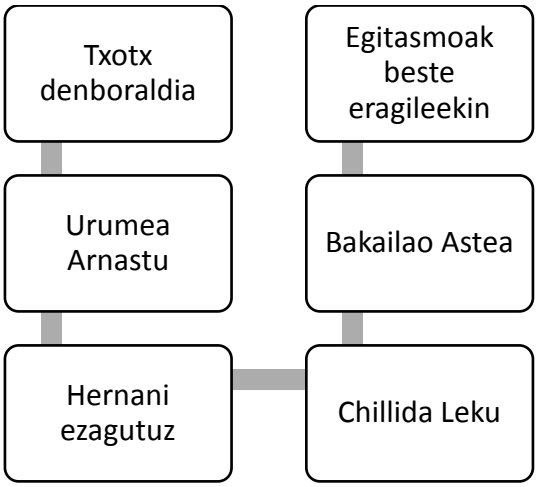
(Egun, arreta zerbitzuaren ezaugarriak ikusita, alojamenduak edota bestelako azpiegitura bat lehen arretarako espazioak ere izan daitezen hausnartu ahal daiteke.)

1.2 KUDEAKETA TURISTIKOA

Hernaniko udalak kudeaketa turistikorako **turismo saila** du egun eta berau da jomuga turistikoa dinamizatzearen arduraduna. Bi ildoetan jorratzen duelarik bere lan esparrua:

- Hernani turistikoki sustatzea. Bisitari eta herritarrei begira.
- Turismoa tokiko garapenaren ekonomia sustatzaile moduan kokatzea.

Udal mailan Tokiko Garapen Batzordea da gai turistikoak lantzeko gunea, hala ere gai transbertsaletan ere turismo gaiak lantzen dira, merkataritza edota txotx mahaiarekin esaterako. 6 foro eta 6 egitasmo martxan ditu egun udalak turismoaren lanketa bideratzeko. Mahai eta lan esparru hauetan herriko zein beste herrietako kudeatzaile turistikoekin elkarlanean lan egiten da.



Hernaniko kudeaketa turistikoan parte hartzen duten turismo eragile nagusiak eta bakoitzaren funtzio eta ezaugarri nagusiak:

KUDEAKETA TURISTIKOA				
HERNANIKO UDALA	DONOSTIALDEA / BEHEMENDI	GIPUZKOAKO FORU ALDUNDIA	BASQUETOUR	URUMEA ARNASTU
Arduraduna:				
Gurutze Amigorena	Ainhoa Amundarain	Xabier Eleizegi	Amaia Agirre	Amaia Miner
Batzordea/edo erabakitze gunea:				
Tokiko Garapen batzordea	Eskualdeko turismo mahaia	Eskualdeko turismo mahia	Eskualdeko turismo mahaia	Udalen arteko mahaia
Elkarlana norekin:				
Txotx mahaia Urumea Arnastu (Ereñotzu, Arano, Goizueta), Merkataritza mahaia, Eskualdeko turismo mahaia (Andoain, Astigarraga, Lasarte-Oria, Urnieta, Usurbil)	Hernaniko udala Usurbilgo udala Astigarragako udala Lasarte-Oriako udala Andoaingo udala Gipuzkoako Foru Aldundia	Buruntzadeko turismo mahaia	Eskualdeko turismo mahaia	Arano, Goizueta, Ereñotzu Hernani.
Helburua:				
Turismoa sustatu eta tokiko garapenean eragin.	Eskualdeko turismo eragileak elkartzea, beharrak azaltzea eta proposamenak egitea. Lanbideko diru laguntzak baliatuta eskualderako proiektuak burutzea.	Sektore publiko zein pribatuarekin elkartzea.	Eskualdeko diru laguntzak eta dinamiken jarraipena egitea.	Urumea ibaian zehar turismoa sustatzea.
Maiztasuna:				
--	6-8 bilkura urtean	-	-	3 urtean
EREÑOTZUKO TOKI ENTITATE TXIKIA. Entitate txiki bezala eta bere kudeaketaren arduradun azterketan sartzea erabaki da.				

Herriko kudeaketa turistikoaren ardura eragile publikoena bada ere, ezinbestekoa izango da agente pribatuak eta herritarrak ere kudeaketa honetan txertatzea. Gogoan izan behar dugu koordinazio eta ezagutza falta izan zirela sektore pribatuak aipatutako elementu negatibo bat.

Udal aurrekontuak:

Hernaniko udalak **50.000,00€-ko aurrekontua** du turismo gaietarako (2018. urteko aurrekontua), ohiko partida 36.000,00€rekin eta 14.500,00€ko diru partida Behemendirekin dagoen hitzarmenaren baitan. Udal-aurrekontu osoaren %0,18a litzateke turismoari dagokiona.

Eskualdeko turismo aurrekontuari dagokionean, Gipuzkoako Foru Aldundiaren hitzarmenaren baitan 30.000,00€ jasotzen ditu eta eskualdeko udalek egindako ekarpenen bidez 20.000,00€. Hortaz, Eusko Jaurlaritzak, IKT jardunbide programetan parte hartzen duten enpresekin pasatako ordu kopuruaren erdia diruz laguntzen du.

1.3 HERNANIARRAK ETA TURISMOA

Arestian ere aipatu bezala turismoan agente diren eragile ezberdinak prozesuaren parte izan dira.

Atal honetan herritarrek azaldutako pertzepzioa ekarri nahi izan da:

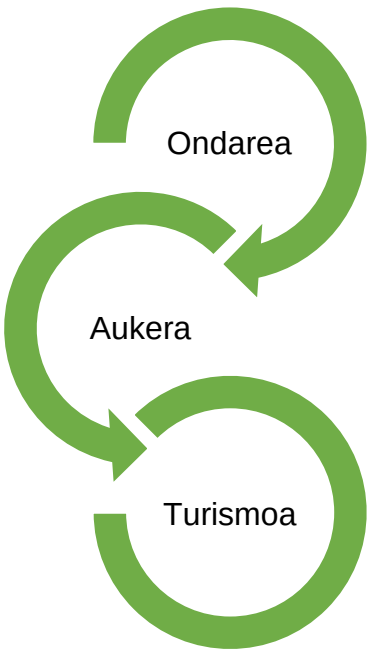


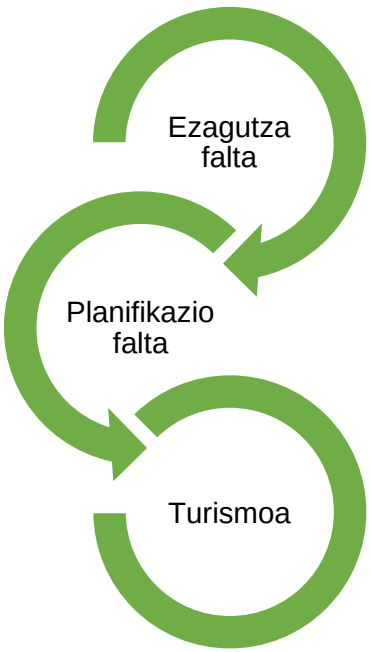
Turismo jarduera ahalbidetu dezakeen ondarea dauka Hernanik. Ondare natural eta kultural aberatsa.

Turismoa aukera bezala ulertzen da baliabideak balioan jarri edota ekintza berdinak sortzeko.

Turismoa Txotx garaiarekin lotutako errealitatea dela ulertzen da eta konnotazio negatiboa dauka egun.

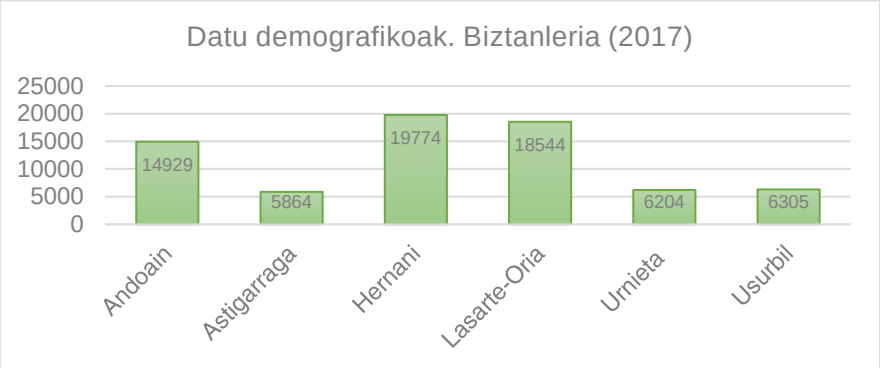
Ondarearen ezagutza falta edota planifikazio falta identifikatutako zenbait behar izan dira.





ESKUALDEAN ZER?

Ezaugarri demografikoak:



Andoain, Hernani eta Lasarte-Oria dira biztanle kopuru altuena duten udalerriak. Eskualdeak guztira 70.720 biztanle ditu (Eustat, 2017). Egitura demografikoari dagokionean, sei udalek nahiko ezaugarri paretsuak adierazten dituzte.

	2013	2014	2015	2016	2017
ANDOAIN	14.866	14.886	14.883	14.827	14.929
ASTIGARRAGA	5.335	5.564	5.713	5.713	5.864
HERNANI	**19.757**	**19.918**	**19.923**	**20.013**	**19.774**
LASARTE-ORIA	18.416	18.455	18.444	18.494	18.544
URNIETA	6.136	6.122	6.158	6.169	6.204
USURBIL	6.154	6.207	6.225	6.223	6.305

Iturria: Eustat

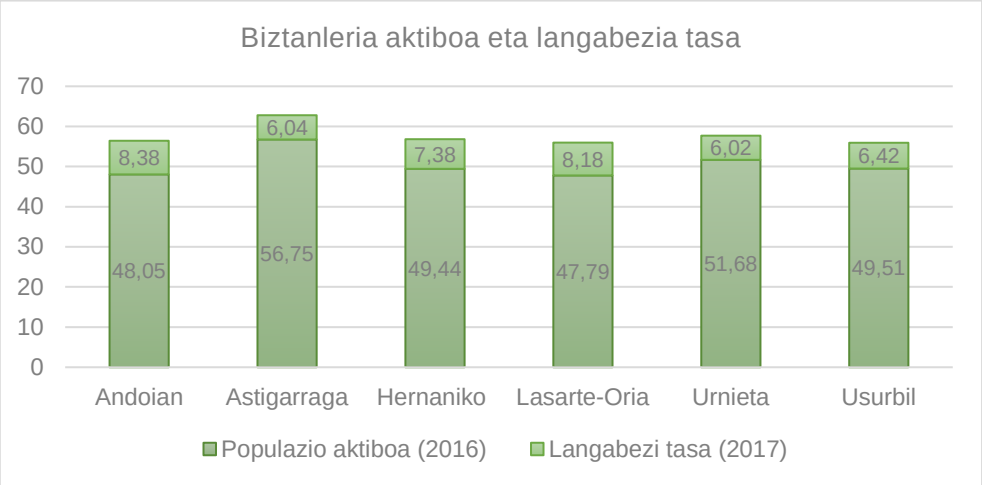
Zerbitzuetara bideratutako enpresa kopurua Donostialdean:

Hernani, demografikoki eskualdeko herririk handiena bada ere komertzio, ostalaritza eta garraiora bideratutako enpresa gutxien ditu. Andoainekin batera daturik baxuenak eskaintzen dituelarik.

	2017 (%)	**2012 (%)**
	Zerbitzuetara bideratutako enpresak	Komertzio, ostalaritza eta garraiora bideratutako enpresak
ANDOAIN	71,81	14,5
ASTIGARRAGA	63,32	27,8
HERNANI	**67,78**	**14,3**
LASARTE-ORIA	75,59	23,0
URNIETA	67,16	27,1
USURBIL	66,77	26,3
ESKUALDEA	81,68	20,9

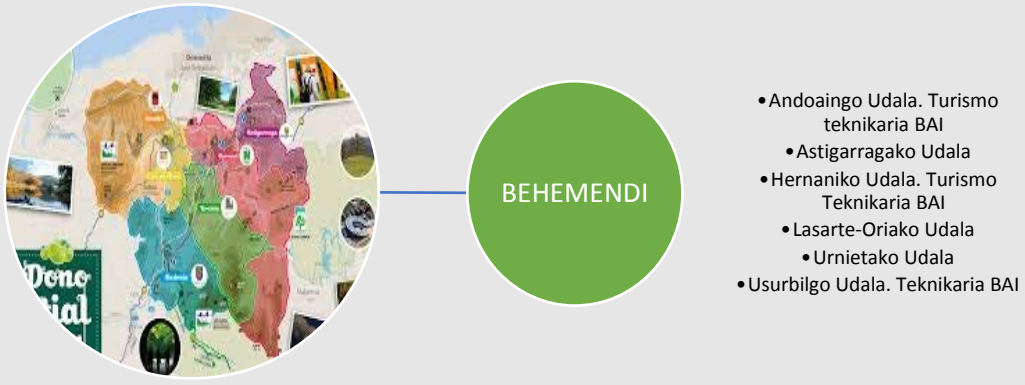
Iturria: Udalmap eta Eustat

Populazio aktiboa eta langabezia tasa Donostialdean (Iturria: Udalmap).



Kudeaketa turistikoa

Kudeaketa turistikorako eskualdeko estruktura sortu zuen 2010. urtean Eusko Jaurlaritzak eta Behemendiri egokitu zitzaion eskualdearen kudeaketa turistikoa bideratzeko ardura. Egun, figura hori mantentzen da eta Gipuzkoako Foru Aldundia egiten da pertsonaren gastuaren kargu.



Eskualdekako batzorde edota egitura dagoen arren, **herri bakoitzak bere turismo plana eta jarduerak bideratzen ditu.** Promozioa komuna da, sei udalerriek batera burutzen dutena batez ere.

ANDOAINGO UDALA	ASTIGARRAGAKO UDALA	HERNANIKO UDALA
- 2000. Andoaingo turismo bideragarritasun azterketa. - 2006. Andoaingo turismo dinamizazio plana. - 2009.Natur Turismoko Plan estrategikoa. - Egun Leitzarango Bisitarien Etxea da Andoaingo eskaintzaren ardatza. Eta produktu ezberdinak jarri ditu martxan azken aldian.	- Sagardo etxearen inguruan garatu du bere eskaintza batez ere.	- 2003. Hernaniko baliabide turistikoen analisia. - 2004. Hernaniko turismo plana. - 2012. urtean informazio puntua jarri zuen bisitariari harrera burutzeko gune moduan. - Bi epealditan lan egiten du turismo eskaintza indartzeko
Informazio bulegoa BAI	**Informazio bulegoa BAI**	**Informazio bulegoa EZ**
LASARTE-ORIAKO UDALA	**URNIETAKO UDALA**	**USURBILGO UDALA**
- Orain arte ez da turismoaren inguruan lanketarik egin.	- Orain arte ez da turismoaren inguruan lanketarik egin.	- 2013. urtean Usurbilgo Erakusleihoaren proiektua (kultura, turismoa eta herri-merkataritzaren ispilu) burutu zuen. - 2016ko urrian, Usurbilgo turismoari begiratutako diagnostikoa burutu zuen. - 2016ko urrian ere Usurbilgo Bisita Gidatuen katalogoa burutu zuen. - Turismoaren ekintza plana martxan jartzeko zerbitzuaren kontratazioa burutu berri du.
Informazio bulegoa EZ	**Informazio bulegoa EZ**	**Informazio bulegoa EZ**

Informazio bulegoak:

Eskualdeak hiru informazio bulego ditu: egutegiari, ordutegiari eta zerbitzuei dagokionean, eskaintza ezberdina ematen da bakoitzean.



Andoain

- Leitzaran Bisitarien Etxea eta Udaleko turismo sailan kokatzen dira.
- Egutegia/Ordutegia: Udalean; udaleko ordutegia. Leitzaran bisitarien etxean: Udaberria eta udazkena, asteburuetan (10:30-18:00) eta udaran egunero irekita (10:30-18:30)
- Zerbiztuak: Bizikleta alokairua, interpretazio zentroa, bisita gidatuak, orientazioa ...



Astigarraga

- Sagardoaren etxean kokatzen da informazio puntua
- Egutegia/ordutegia: Urte guztian zehar irekitzen da. Urtean zehar asteartetik-igandera (astertetik-larunbatera 11:00-13:30 /16:00-19:30 eta igandetan 11:00-13:30etara) eta udaran egunero. (astertetik-larunbatera 11:00-13:30 /16:00-19:30 eta igandetan 11:00-13:30etara)
- Zerbitzuak: Bisita gidatuak, erreserbak

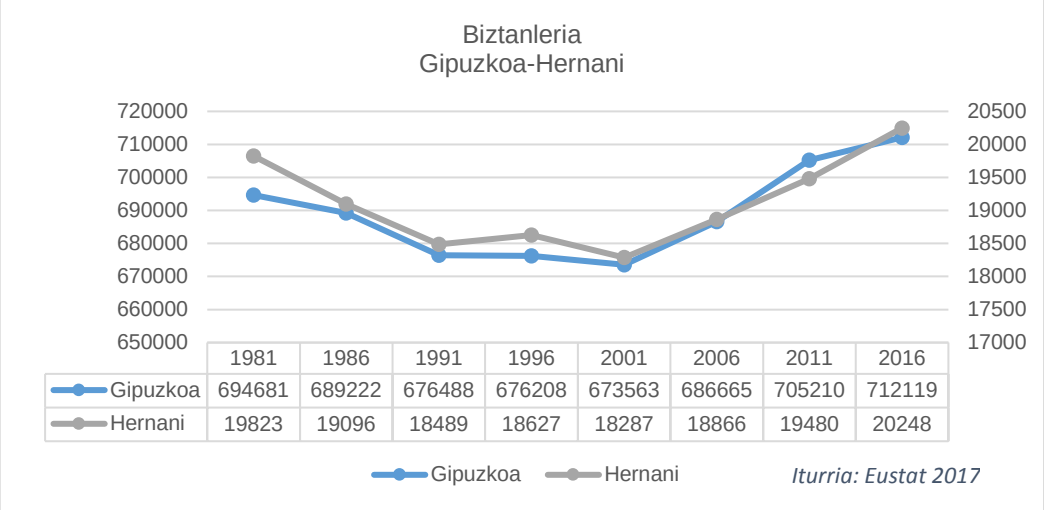


Hernani

- Biteri kultur Etxean kokatzen dira bi gune ezberdinetan.
- Egutegia/ordutegia: Udaleko turismo saila, udal ordutegia (07:45etatik 15:00ak arte) informazio gune berezia: Txotx denboraldian larunbata (10:15-14:15/16:30-19:30) eta jai egunetan (11:00-15:00) Uztaila eta abuztuan (lan egun 10:00-14:00/17:00-20:00) eta Jai egunetan (10:00-14:00etara)
- Zerbitzuak: informazio orokorra eta bisita gidatuak

GIPUZKOAN ZER?

Hernani, Gipuzkoako errealitatean kokatzen badugu, biztanleriaren bilakaerari dagokionean, pareko bilakaera izan dela baieztatu daiteke. Grafikoan ikus daiteken moduan, 1981-1991 urte tartean biztanleriaren jaitsiera nabarmena izan zen, aldiz, 2001. urtetik aurrera joera aldatu da, igoera konstantearekin bi kasuetan.



Iturria: Eustat 2017

Mugikortasuna. Atzerritar turistak, sarbidearen arabera

Basquetour-ek argitaratzen duen Frontur estatistika txostenean adierazten den moduan, azken urteetako joerak erakusten du hegazkinean eta itsasontzian iristen diren bisitarien kopuruak goraka egin dutela. Aireportuen kasuan, 2014tik 2016ra ia kopurua bikoiztu da, errepidea aukeratzen dutenen kaltera. Hortaz, Hernani eta eskualdean kokapenari erreparatzen badiogu, Donostiako aireportuarekiko dagoen gertutasuna kontuan izateko ezaugarria izan daiteke, turista tipologia berriak erakartze aldera.

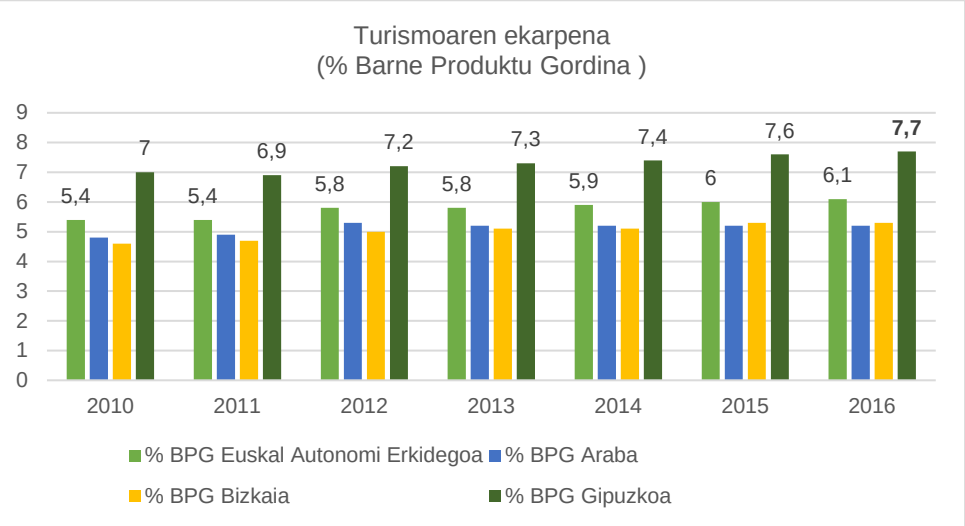
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
GUZTIRA/TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Errepidea/Carretera	95,6%	95,3%	94,9%	93,8%	90,9%	87,5%
Aireportua/Aeropuerto	4,0%	4,5%	4,8%	5,9%	8,4%	11,4%
Itsasontzia/Barco	0,4%	0,2%	0,2%	0,3%	0,7%	1,1%

Frontur 2016

Ezaugarri ekonomikoak

✓ **Turismoaren ekarpena Gipuzkoan**

Turismo-gastuak Gipuzkoako BPGan egindako ekarpena %7,7koa izan zen 2016an, EAEko probintzietako altuena da eta, urtez-urte goranzko bilakaera konstantea mantendu delarik.



✓ **Zerbitzuetara bideratutako enpresak Gipuzkoan (Iturria: Eustat, 2017):**

Ondorengo datuek azaleratzen duten moduan, Gipuzkoako enpresa-sarea zerbitzu sektorean sustengatzen da batez ere. Turismoan jarduera sektore honekin zuzenean loturik dagoen neurrian, interesgarria izango litzake beste sektoreen suspertzearen indar traktore bezala ulertzea.

- Lehen sektoreko enpresen portzentaia totalarekiko: %3,22
- Industria sektoreko enpresen portzentaia totalarekiko: %7,76
- Eraikuntza sektoreko enpresen portzentaia totalarekiko: %12,18
- Zerbitzu sektoreko enpresen portzentaia totalarekiko: **%76,82**

2 BALIABIDE ETA PRODUKTU TURISTIKOEN ANALISIA

2.1 BALIABIDE TURISTIKOEN ANALISIA

Hernaniko baliabide turistikoen sailkapenak eta analisiak hainbat helbururi erantzuten dute. Hala nola, baliabide mota desberdinak ezagutu eta hauen inbentarioa burutzea edota baliabideen arteko harremana eta errealitate turistikoan gaur egun duten lekua edota inplikazioa nolakoa den neurtzea. Horretarako zenbait indikatzaileen baitan lan egin da, baliabide turistikoen garapen iraunkorra bermatzeko helburuarekin.

Aurrera jarraitu baino lehen, komeni da "baliabide" eta "ondare" terminoen arteko desberdintasuna argi uztea. OMTaren arabera, "ondarea" lurralde jakin batean identifikatzen diren eta gizakiaren eskura dauden elementu eta ondasunen multzoa da. Hortaz, ondareak ekintza turistikoen lehengai potentziala osatzen du eta, baliabide turistiko izateko, helmuga turistikoaren kudeaketa eta garapen arduradunek ondare horretan eragin edo esku hartzea beharrezkoa da. Ondareak (ondare naturalak ezik) gizakiaren esku hartzea eskatzen du oro har; hala ere, zenbait ingurune naturaletan beharrezkoa izaten da hauen kudeaketa egokia bermatzeko, zerbitzuz hornitzeko, etab. Baliabide turistikoak, beraz, helmuga turistiko baten garapenaren oinarria dira eta, hauen erakargarritasunaren eta berezkotasunaren arabera, helmuga horren aukeraketan eta bisitarian desplazamenduan eragin zuzena izan dezakete. Baliabide turistikoak, esan bezala, gizakiaren esku hartzearen ondorioz jarduera turistikoa posible egiten duten eta eskariaren beharrak asetzen dituzten elementuak dira.

Aipatzekoa da 2003. urtean Hernaniko Udalak landutako "Hernaniko baliabide turistikoen analisia"[1] txostenean jasotzen zituen baliabideetatik abiatu eta zerrenda osatu dela. Aztertu diren baliabideak udalarekin adostu dira, egungo errealitateari hobekien egokitzeko eta eguneratzeko asmoz. Gainera, aipatzekoa da Behemendik, Donostialdea Bidasoako Landa Garapenerako Elkarteak, "Donostiako eskualdeko natur eta kultur turismo plana" martxan jarri duela berriki eta lan horretan Hernanin aurki daitezkeen baliabide kultural eta naturalen bilketa eta analisia burutzen dela eskualdeko testuinguruan kokaturik.

Baliabide turistikoen sailkapen orokorra, zentzu honetan, honakoa izan da:

[1] Hernaniko baliabide turistikoen analisia, Hernaniko Udala (2003ko apirila).

Baliabide eta ondare historiko-kulturalak: Hernaniko historia, kultura, tradizioa eta folklorean parte diren baliabideak eta ondarea dira. Hauekin batera, baliabide hauen zabaltzea eta kontserbazioan eragiten duten baliabideak ere biltzen dira, museoak esaterako.

Baliabide eta ondare naturala: Ingurune naturaletan kokatzen diren eta naturarekin harreman zuzena duten baliabideak jasotzen dira.

Baliabide eta ondare gastronomikoa: Baliabide kultural gisa identifikatu daitezken arren, Hernanin sagardoak batik bat duen garrantzia dela eta, aparteko baliabide multzo bezala aztertu dira baliabide gastronomikoak.

Baliabide osagarriak: Multzo honetan beste baliabide turistikoen osagarriak edota bisitarien esperientzia osatu dezaketenak dira.

Azpimarratzekoa da, nitxo jakinei bideratutako eskaintza garatzen denean (esate baterako, MICE turismoa, industria turismoa, osasun turismoa, turismo idiomatikoa, etab.), mota honetako baliabideak osagarri izatetik oinarrizko papera jokatzera pasa daitezkela.

Mapa turistikotik kanpo dauden baliabideak: Egun Hernaniko errealitate turistikotik kanpo gelditzen diren azpiegitura zein ekimenak bildu dira atal honetan, izan ere, turismora bideratzeko zuzeneko potentzialtasuna dutela identifikatu da eta, beraz, txosten honetan aztertzea erabaki da, modu orokorrean bada ere.

Honez gain, herriko agente turistiko ezberdinei plano turistikotik kanpo egon daitezkeen baliabideak identifikatzeko aukera eman zitzaien bilkura desberdinetan zehar eta, gainera, potentzialtasun turistiko altuko baliabideak identifikatzeko ariketak bideratu dira, agente hauen eta baliabideek egun duten erabiltze maila edo erabiltzeko nahia aztertuz eta hauen gaineko baloreak ezagutuz.

Lehen sailkapena burutu ondoren, baliabide tipologia bakoitza azterketa-irizpide batzuen baitan aztertu dira, Hernaniko errealitatearen ikuspegi orokorra eskuratu ahal izateko. Baliabide mota guztietan amankomuneko zenbait irizpide zehaztu dira eta, horiez gain, kasu bakoitzerako egokitutakoak aztertu dira, balore objektiboak nahiz subjektiboak (agente turistikoen pertzeptzioa adibidez) identifikatzeko helburuarekin.

AZTERKETA INDIKATZAILEAK	
Amankomuneko irizpideak	
BESTE BALIABIDEEKIN HARREMANA	Baliabideak egun beste baliabide batekin harremanik duen azaltzeko indikatzailea. Garrantzitsua izan daiteke baliabideen inbrikazioak ezagutzea produktu turistikoak sortze aldera
MAPA TURISTIKOAN PRESENTZIA	Egun baliabidea mapa turistikoan duen presentziaren analisia litzateke.
ONDAREA – BALIABIDE TURISTIKOA	Gaur egun Hernaniko ondare bezala edota baliabide turistiko moduan sailkatzen den identifikatzea. Horretarako, 2012an Noski Consulting Tour enpresak burututako “Eskualdeko Turismo dinamizazio plana” txostenean erabilitako irizpideak mantendu dira, hau da, baliabide turistiko bezala identifikatzeko gutxieneko esku hartzea eman behar da honako hiru aspektutan: - Merkatua: publiko jakin baten eskaria asetzeko helburua. - Azpiegiturak-ekipamenduak: turismo jarduera jasotzeko egokitzapena. - Merkaturatzea: merkaturatze kanalak ezarri.
ENPRESARIK LANEAN BALIABIDEAN	Egun enpresa pribatu zein erakunde publikoek baliabidean berain eskaintzaren parte den aztertzea
BABESERAKO EGITURA JURIDIKORIK	Baliabideak babes eredurik duen egun
BALIABIDEAREN GESTIO ARDURDUNA	Baliabidearen arduraduna
Ondarea-Baliabide kulturalak	
BALIABIDEAREN EZAGUTZA HERRIAN	Lan honetarako bilkura ezberdinetan jasotako informazioa erabili da oinarri bezala.
BALIABIDERA SARBIDEA	Baliabidearen erabilpenean bertako eta turisten arteko talkarik sortzen den ikustea.
IRISGARRITASUNA	Bi planotan landuko da: - Baliabidera iristeko aukera (garraio publikoa, muga arkitektonikoak …) - Irisgarritasun araudiaren barne dagoen.
DEGRADAZIO TURISTIKOA	Baliabideak turismoaren jardueraren ondorioz degradaziorik jasaten duen ikustea (zikinkeria, desgastea...)
KARGA GAITASUN KALKULUA	Karga gaitasunaren azterketarik duten identifikatzea.
BALIABIDEAREN GAINEKO MASIFIKAZIOAREN PERTZEPZIOA	Lan honetarako bilkura ezberdinetan jasotako informazioa erabiliko dugu.

Ondarea-Natur baliabideak	
INGURU HAUSKORRAK	Inguru hauskorrak diren eta dauden ezagutzea
MEHATXATUTAKO ESPEZIEAK	Inguruak edo baliabideak mehatxatutako espezierik (fauna eta flora) dagoen ezagutzea eta identifikatzea.
TURISMOAK BALIABIDEAN IZAN DEZAKEN ERAGINA AZTERTZEKO INDIKATZAILERIK?	Karga gaitasuna edo erabilpen planik duen ezagutzea.
Ondarea-Baliabide gastronomikoak	
GARAIKOTASUNA	Garaikotasunak baliabidean duen eragina aztertzea.
BALIABIDEAK EUSKAL GASTRONOMIAN DUTEN PRESENTZIA ETA GARRANTZIA	Egun Euskal Herriko kultura gastronomikoan duen papera.
HERRITARREK BALIABIDEA KONTSUMITZEKO DUTEN AUKERA	Herritarrak baliabidera iristeko duten aukera eta turismoak mugarik sortzen duen ikustea.
Baliabide osagarriak	
HERRITARRAK ETA BISITARIEN ARTEKO OREKA	Aforoa, erreserba sistema, etab.
Mapa turistikotik kanpo: balorazio orokor bat burutu da.	

Baliabide turistikoen eta ondarearen banakako azterketa **1. Eranskinean "Baliabideen azterketa" dokumentuan** kontsultatu daiteke. Jarraian, tipologia bakoitzaren balorazio orokorra eta ondorioak azaltzen dira.

BALIABIDE TURISTIKOEN ANALISIA. ONDORIOAK

ONDORIOAK: ONDARE KULTURALA

Historiaurreko aztarnak

Onyi-Mandoegi estazio megalitikoa: Altxistako kromletxa, Etzelako kromletxa, Ezkio soroako kromletxa, Ezioko tontorra kromletxa, unamene kromletxa,Muniskueko multzo megalitikoa

Igoin Akola estazio megalitikoa: Akolako lepua I, Akola lepua II, Arritxieta, Igoingo lepua I, Igoingo lepua II, Sagastietako lepua I, sagastietako lepua II

Inguru, eraikin eta monumentu historikoak

Ingurune historikoa: Erdigune historikoa; Sarrerako arkua, Dorre etxea, Aierdi etxea, Udaletxea, San Joan Bautista eliza, Aierdi Arretzea, Leoka garbilekua, Santa Kruz otoiz lekua, San Agustin konbentua, Egino Etxea.

Santa Barbarako Gotorlekua

Fusilatuen monumentua, Argi Horma eskultura

Txirritaren etxea

Ondare industriala

Zentral hidroelektrikoak: Fagollaga, Santiago, Pagoaga, Pikoaga, Ereñotzu eta Lastaola.

Latxeko Fabrika

Etxolaberriko mina eta zentrala

Elizak, Ermitak, Monastegiak, Santutegiak eta bestelako baliabide erlijiosoak

Joan Bautista Eliza

San Agustin konbentua

Milagrosa kapera (gaur egun desakralizatua)

Plazak

Gudarien Plaza

Plaza berri

Museoak eta interpretazio zentroak

Chillida Leku museoa

Museo etnografikoa (Kale nagusia 16, gaur egun itxita)

Festak

Azeri Dantza

Akelarrea

Ohiturak

Bertsolaritza

Sagardoaren kultura

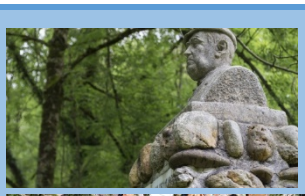
Besteak

Done Jakue Bidea. Euskal barrualdeko bidea.

Comète sarea

Sagardotegiak






Hernaniko udalerrian aurki daitezkeen baliabide mota ugarienak osatzen dute kulturari lotutakoak. Eraikitako ondareari dagokionez, aipatzekoa da hirigune historikoan inguruan aurki daitezkeen interesguneak: eraikin zibilak nahiz erligiosoak nabarnentzen dira.

Bestalde, erdigunetik kanpo oso esanguratsua da Hernanik biltzen duen ondare industriala. Gaur egun kasu batzuetan oso egoera kaxkarrean aurkitzen diren aztarnak besterik ez diren arren, badaude baliabide turistiko erakargarriak bilakatu daitezkeen adibideak. Aipagarriak dira, esate baterako, Urumea ibaian zehar egindako indarretxeak edo zentral hidroelektrikoak, Euskal Herriko tradizio industrialaren adibide bikainak.
Aiako Harria parke naturalean zehar topatzen diren historiaurreko aztarnak baliabide turistiko bereziak dira. Hala ere, ez da eskaintza turistiko espezializatua edo berezia landu baliabide hauen inguruan. Gainera eskualde mailan herri guztiak bat egiten duten baliabidea dira.

Museoei dagokionez, Chillida Leku da Hernanin aurkitzen den bakarra. Gainera, orain arte, Donostiakin erlazionatu den baliabide bat izan da, Hernanirekin duen lotura ez da publikoki ezta barrualdera ere sendoa izan. Bisitaria hartatzeko guneak dira museoak eta, kasu honetan, Hernaniko erdigunera eta bestelako interes guneetara turistak bideratzeko lanketa egitea komeni da.

Azkenik, Hernaniko ondare kulturalaren barruan materiagabeko ondarean barruan ohitura eta festa ezagunak nabarmentzen dira: sagardoaren kultura, bertsolaritza edota azeri dantza, esate baterako. Urtean zehar Hernanik kultur ekitaldien eta festa egitaraua zabala dauka. Agenda kulturala mapa turistikotik kanpo dagoen baliabide bezala aztertu bada ere, atal honetan aipamen berezia merezi du. Izan ere, eskualdeko zein probintziako bisitari ugari erakartzen dituzten ekitaldiak antolatzen dira eta guztiek Hernaniko nortasuna eta izaera osatzen duten ondare materialgabea dira.

Honekin batera, Donejakue Bidea ere potentzialtasun handiko baliabide turistikoa da, Hernanitik igarotzen den Euskal barrualdeko bidea, eta erromes bisitariak jasotzeko aukera bikaina luzatzen da zentzu honetan. Gainera, Done Jakue Bideari lotutako sinergia eta erlazio instituzional berriak lantzeko aukera ere kontuan izan beharreko gaia da. Kasu honetan ere, eskualdea egituratzen duen baliabide turistiko adierazgarria eta bereizgarria da.

BESTE BALIABIDEEKIN HARREMANA	Hauen arteko harremanak gaur egun batez ere, beste baliabide kulturalekin edota baliabide naturalekin sortzen da. Hala nola, Hirigune historikoan aurki daitezkeen ia elementu eta ondare gehiena baliabide kulturalekin daukate harremana. Hernaniko ohitura eta tradizioak balioan jartzeko bestelako baliabideekin loturak eta harremanak sendotzea aukera interesgarria izan daiteke.
MAPA TURISTIKOAN PRESENTZIA	Gaur egun turismo eskaintza osatzen duten baliabide gehienak badaude ere, turismora zuzentzeko lanketa eskatzen duten elementu ugari identifikatu dira. Ondare industriala, Done Jakue Bidea edota bertsolaritza aipatu daitezke.
ENPRESARIK LANEAN BALIABIDEAN	Oso enpresa gutxi daude gaur egunean baliabide mota huetan lanean.
BABESERAKO EGITURA JURIDIKORIK	Ondare historikoaren ia gehiengoa sailkatutako monumentu multzoak dira. Latxeko fabrika, adibidez, RED Natura 2000 Lic legearen barruan aurkitzen da. Done Jakue Bidea Interes Kulturaleko Ondasun bezala izendatua. Bertsolaritzan kasuan, Nafarroako Gobernuak bidea ireki du bertsolaritza kultur intereseko ondasun izenda dadin, ondare materiagabe gisara. Baina, Euskal Autonomi Erkidegoan ez dago babes egiturarik bertsolaritzan inguruan.
BALIABIDEAREN GESTIO ARDURADUNA	• Kudeaketa publikoa: %52.9a (hauetatik %41.2a Hernaniko Udalarena eta %11.8a Hernaniko udala + beste udal edo erakunde publikoak kudeatua) • Kudeaketa publiko-pribatukoak: %17.6a • Kudeaketa pribatukoak: %29.4a (Iturri: Lanketa propioa, azterketa honen baitan eginiko datu bilketan oinarritua)
BALIABIDEAREN EZAGUTZA HERRIAN	Herritarrekin egindako bilkuran, euskal kultura eta Hernanikoak berezkoak diren ohiturak bereziki nabarmendu ziren. Dantzari festa, Inauteriak edota Euskal Jaiak baliabide turistiko potentzial modura identifikatu zituzten lan honetan aztertutako guztiez gain. Hernani zein baloreekin erlazionatuko luketen galderari emandako erantzunak: *"KULTURA ETA ONDAREA: Gastronomiaz haratago, kultura eta ondare historiko oparoa daukan herria da Hernani. Baliabide hauen inguruan erakargarritasun eta potentzialtasun handia dago.*

	HERRI BIZIA GARA: Herri izaera berezia duen herria da, herri bizia beti daude ekintza ezberdinak."
BALIABIDERA SARBIDEA	Baliabide kulturalen erabilpenean bertako eta turisten arteko talkarik ez da sortzen oro har. Hala eta guztiz ere, kasu azpimarragarria da "sagardoaren kultura" deritzon baliabidean inguruan bien artean sortzen diren talka eta egoera deserosoak. Esan beharra dago, talka hauek ez direla sagardoaren kulturak zuzenean sortarazten dituenak, baizik eta txotx garaian batik bat bisitariek parranda giroan eragiten duten egoera litzake. Turismoan zuzeneko eragina duen alorra bisita gidatuen funtzionamendua da, izan ere, txotx garaiko larunbat arratsaldetan ezinezkoa da hirigune historikoko bisita gidaturik gauzatu gehiegizko zarata eta jende pilaketak direla eta (bisita gidatu hauen eskaria azken urteetan gorantz joan da).
IRISGARRITASUNA	Kasu gehienetan garraio publikoan baliabidera iristeko aukera oso mugatua edo mugatua da. Seinaleztapena nahiz baliabide bakoitzaren informazioa eskuratzeko aukera ere nahiko eskasak dira, bisitarien esperientzia kaltetuz edota mugatuz. Nabarmentzekoa da, sagardoan denboraldian zehar eskaintzen diren garraio aukeren inguruko informazioa ez dela modu efektiboan eta praktikoan eskaintzen, hainbat kanaletan informazio eza edota eguneratu gabea ematen da.
DEGRADAZIO TURISTIKOA	Orokorrean, ez dira turismoan jarduerak zuzenean kaltetu dituen baliabiderik identifikatu. Dena den, degradazioa edo desgastea nabaria den baliabideak azaltzen dira, mantenu lanak eta zaintza behar dutenak. Hirigune historikoaren kasua izan daiteke turismoaren jardueraren eraginez, neurri batean, degradazio gehien jasaten duen baliabide turistikoa. Izan ere, taberna eta jai-giroak eragindako jendetza eta jokabide desegokiek zikinkeria eta desgastea sortarazten dute.
KARGA GAITASUN KALKULUA	Ez dago karga gaitasunaren kalkulurik aplikatu zaion baliabide kulturalik.
BALIABIDEAREN GAINEKO MASIFIKAZIOAREN PERTZEPZIOA	Hirigune historikoaren gaineko masifikazio egoeraren pertzepzioa altua da, bereziki Txotx garaian zehar. Gainontzeko kasuetan ez da masifikazio egoerarik sumatzen.

ONDORIOAK: BALIABIDE NATURALAK

Eskalada Gunea

Santa Barbara Eskola

Natur guneak

Urumea Ibaia

Aiako Harria

Iturmendi multzo karstikoa (Jentilzuloa edo Iturmendiko koba eta bere inguruak)

Zepadiko putzuak

Parkeak

Parke Botanikoa

Ave María Parkea

Ibilbide Sarea

Hernaniko ibilbide Sarea

Atsedenguneak

Akola

Santa Barbara










Industriari lotutako herria bada ere, Hernani natura ondare zabala daukala esan daiteke. Aiako Harria parke naturalaren sarbideetako bat da, jende askorentzat ezezaguna den arren. Honekin batera, Urumea ibaia eta honek zeharkatzen duen bailaran zehar balio natural altuko guneak daude, bisitagarriak eta interes turistiko nabarmenekoak. Honekin batera, Iturmendiko multzo karstikoak duen berezitasuna eta garrantzia azpimarratzekoa da, Jentilzuloa edo perretxikoen koba izenekoa. Erdigunetik kilometro erdi eskasera dagoen gunea da, balio geologiko oso haundikoa, lau elementuak biltzen dituen lurpeko ingurunea baita: ingurune fisikoa (sistema karstikoa), biologikoa (errekuperazioari esker xaguxarrak itzuli dira), arkeologiko-paleontologikoa (aztarnak aurkitu dira), eta etnografikoa (kobazuloari lotutako kondaira gorde da). Felix Ugarte Elkarteak ingurune honetan burutu duen azterketa eta atontze lanei esker, bisitagarria izateko oinarriak ezarri dira. Modu honetan, baliabide turistiko izateko eta honen inguruan eskaintza turistikoa osatzeko, beharrezkoa izango da elkarte honen eta Hernaniko Udalan arteko lanketa egitea.

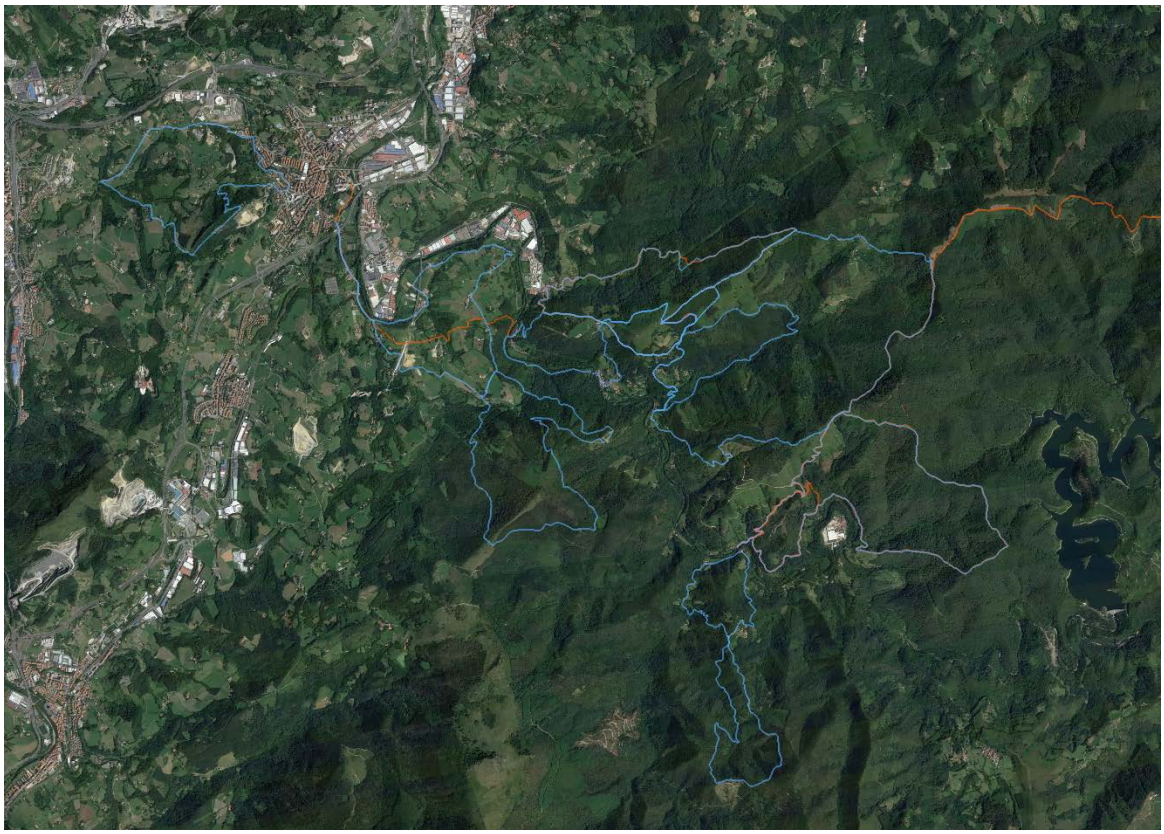
Hirigunean, aldiz, Parke Botanikoa eta Ave María Parkeak nabarmendu daitezke. Turismo baliabide osagarriak izan daitezke publiko nitxo batzuei zuzendutako eskaintza lantzeko, hala nola: familia turismoa, ondare turismoa, Done Jakue Bidea, etab.

Azkenik, turismo aktiboko eskaintza nagusi bezala, Santa Barbara Eskalada Eskola azpimarratu behar da. Azken hilabeteetan Gipuzkoako Foru Aldundiak hainbat bideen mantentze lanak burutu ditu eta, hortaz, kirol azpiegitura nahiz baliabide turistiko bezala erabiltzeko eta sustatzeko baldintzak egokietan aurkitzen da.

BESTE BALIABIDEEKIN HARREMANA	Urumea ibaia eta bailara, industria ondarearekin zuzeneko harremana du gaur egun, baita bestelako baliabide naturalekin (Aiako Harria edota Hernani ibilbide sarea). Bestalde, ugariak dira aztarna megalitikoekin erlazioa duten baliabide naturalak.
MAPA TURISTIKOAN PRESENTZIA	Orokorrean baliabide naturalek leku nabarmena daukate Hernaniko mapa turistikoan. Hala ere, esan daiteke ez dela produktu turistiko bezala eskaintzeko lanketa burutu eta, beraz, bisitari askok natura turismoko segmentuan erreferentzia galtzen dute.

ENPRESARIK LANEAN BALIABIDEAN	Enpresa pribatu, elkarteak eta Hernaniko udalak erabiltzen ditu baliabide hauek beraien eskaintza osatzeko. Urumea ibaiak luzatzen dituen hainbat aukera landu eta garatzea garrantzitsua izan daiteke: turismo aktiboa eta natura turismora zuzentzen diren jarduerak eta produktu turistikoak garatzeko sinergiak bilatu.
BABESERAKO EGITURA JURIDIKORIK	ZEC Aiako Harria, Red Natura 2000 Zepadiko putzuak, Red natura 2000 Urumea ibaian aurkitzen den igel espezie bat *(Hyla meridionalis)* babestua dago. Iturmendiko kobazulora sarbidea itxita dago, soilik Felix Ugarte Elkartearen bidez antolatutako zenbait bisita gidatuak antolatu direnean ireki da atea.
BALIABIDEAREN KUDEAKETA ARDURDUNA	Kasu gehienetan Gipuzkoako Foru Aldundia edota Hernaniko Udalak dira baliabide hauen gestio arduradunak.
INGURU HAUSKORRAK	Ingurune naturalak kaltetzeko arriskuak batez ere industria eremuek sortarazi dezakete, batak besteen oso gertu daude. Iturmendiko kobazuloa eta honen inguruko multzo karstikoaren ezaugarriek mantentze eta kudeaketa berezia eskatzen dute gunea kaltetua izan ez dadin. Aipatzekoa da, bestalde, Hernaniko ibilbide sarea (jarraian gai hau sakonago landuko da).
MEHATXATUTAKO ESPEZIEAK	Aiako Harria eta Urumea ibaian identifikatu dira mehatxatutako espezieak.
TURISMOAK BALIABIDEAN IZAN DEZAKEN ERAGINA AZTERTZEKO INDIKATZAILERIK?	Aztertutako baliabide guztietan ez da karga gaitasunaren kalkulurik identifikatu. Turismoaren jarduerak eraginak dauzka gaur egun Urumea ibaian, zehazki honen ertzetara hurbiltzen diren bisitariek zikinkeria sortarazten dute uda garaian batez ere eta puntu batzuetan lurraren higadura maila altua da. Egoera hauek kontrolatzeko eta jokaera desegokiak arautzeko hausnarketa egitea ezinbestekoa izango da ibaiak Hernanin eta inguruan duen papera garrantzitsua dela eta.

Natur baliabideen barruan, Hernaniko ibilbide sarean inguruko aipamena egin nahi izan da jarraian. Modu grafikoan ibilbide guztien irudikapenaren bidez mendi ibilbide eskaintzaren azterketa zehatzagoa burutu ahal izan da. Ondorengo irudian ikus daitekeen moduan, Hernaniko udalak sustatutako ibilbide eskaintza (ibilbide urdinak, moreak eta arrosak) eta baita Aiako Harria parke naturalaren barruan Hernaniko lurretatik igarotzen diren Gipuzkoako Parketxe Sareak eskaintzen dituen ibilbideak ere Urumea bailaran barrena zabaltzen direla batik bat. Santa Barbara (HIU 1) eta Laiaren ibilbidea dira Hernaniko mendebaldean kokatzen diren aukera bakarrak.



Hernaniko ibilbide sarea. Iturria: Hernaniko udala

Erdigunetik oinez abiatzeko zenbait aukera daude: Santa Barbara (HIU 1), Sagardotegiak (HUI 2), Laiaren ibilbidea eta Hernanitik Aiako Harrira (SL-GI-1001). Sagardotegiak ibilbidearen kasuan, adibidez, interesgarria izango litzake hau edukiz hornitzea kultur ondarea zein baliabide gastronomikoaz baliatuz produktu turistiko bat planteatzeko helburuarekin. Produktuaren xedea eta publiko objektiboa zehaztu, garaikotasuna gutxitzeko lanketa burutu eta, azkenik, merkaturatze kanalak bideratu.

Urumea ibaia ardatza izanik, Hernaniko oinezko ibilbide gehienak bailaran zehar zabaltzen dira, Epele, Ereñotzu eta inguruko mendiak zeharkatuz.

ONDORIOAK: BALIABIDE GASTRONOMIKOAK

Lehengaiak

Sagarra

Produktu gastronomikoak

Sagardoa

Adarraga

Sagardotegi menua





Ukaezina da Hernanik sagardoari esker duen erreferentzialtasuna, eskualdeko beste herriekin batera. Sagardoaren kulturan barruan biltzen diren elementuak dira beraz, nola ez, sagardoa eta sagarra.
Markatutako irizpideen gaineko analisiak agerian uzten du sagarra baliabide turistiko bezala balioan jartzeko lanketa egitea interesgarria izan daitekeela, zehazki bertako sagar barietateen sustapena eta hauek sagardoaren kulturan duten papera gailentzea. Instituzio publiko zein sektore pribatuan aldetik bertako produktuen ekoizpenaren aldeko apustua erakutsi dute azken urteetan, bide onean pausuak ematen hasiak dira dagoeneko. Hortaz, estrategia-dinamika hori dimentsio turistikora eramatea, promozionatzea eta merkaturatzea ezinbestekoa izango da.
Aztertutako beste baliabide gastronomikoa Hernaniko Adarraga gozotegiko hostopila tarta ezaguna da. Tradizio eta ospe handiko produktua da, herri, eskualde eta probintzia mailan batik bat. Gaur egun oso presentzia baxua dauka mapa turistikoan, proiekzio turistikoa lantzeke dago, izan ere, sagardoaz haratago Hernanik izan dezaken produktu bereizgarrietako bat izan daiteke.

GARAIKOTASUNA	Adarragako hostopila tarta izan ezik, bestelako baliabide gastronomikoak garaikotasun maila ertaina daukatela baieztatu daiteke. Izan ere, sagarraren ekoizpena udaberri-udan ematen da eta uzta udazkenean eta sagardotegi menua kasu gehienetan txotx garaian eskaintzen da soilik.
MAPA TURISTIKOAN PRESENTZIA	Hernaniko turismo estrategian presentzia altuko baliabideak izanik, sagardoa batik bat txotx denboraldian garaiari lotuta landu izan ohi dira.
BALIABIDEAK EUSKAL GASTRONOMIAN DUTEN PRESENTZIA ETA GARRANTZIA	Sagarra, sagardoa euskal gastronomian garrantzia handiko produktua izan dira. XX.mendean sagardoaren produkzioa gutxitu bazen ere, gaur egun gorakada nabaria da.
HERRITARREK BALIABIDEA KONTSUMITZEKO DUTEN AUKERA	Sagardoa eta sagardotegi menuan kasuan soilik identifikatu da turista eta herritarrek baliabidea kontsumitzeko aukeran talkak egoteko potentzialtasuna. Izan ere, txotx denboraldian zehar bertakoek sagardotegietan dagoen eskaera masiboa dela eta, esperientzia hau bizitzeko aukera gutxitu egiten da.

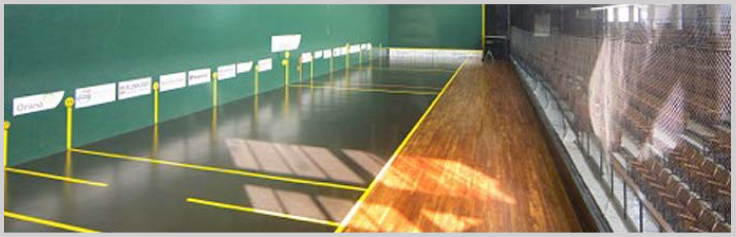
ONDORIOAK: BALIABIDE OSAGARRIAK

Kirol ekipamenduak

Igerileku irekiak

Galarreta pilotalekua eta erremontea





Kirol ekipamenduei dagokionean, Hernanik aukera zabala duela esan daiteke. Gaur egun bisitariei zuzendutako bi baliabide aztertu dira, nahiz eta bestelako instalakuntzak ere badauden. Esate baterako, rugby eta futbol zelaiak, intereseko kirol modalitateak diren neurrian, turismo eskaintzan barneratuak izateko baloratu beharko litzake. Gainera, agente desberdinekin izandako bilkuretan errepikatu den iritzia da.
Azpimarratzekoa da, tipologia honen barruan Galarreta Jai Alai pilotalekua eta erremontea kirol modalitatea elkarrekin aztertu direla. Kasu honetan, kultur baliabide bezala ere identifikatu ahal izango lirateke, euskal kultura eta Hernaniko tradizioarekin daukaten lotura eta garrantzia kontuan hartuz.

BESTE BALIABIDEEKIN HARREMANA	Galarreta Jai Alai pilotalekua eta erremontea, beste baliabideekin harremana dute gaur egun, esate baterako: hirigune historikoa, sagardoa, erremontea eta pilota. Erremonteaz gain, esku pilotak garrantzi handia du eskualdean eta horren lekuko dira herriko pilotalekuak baita pilota eskolak ere.
MAPA TURISTIKOAN PRESENTZIA	Aztertutako baliabideek presentzia nabarmena daukate gaur egun Hernaniko mapa turistikoan. Turismo eskaintzan barneratutako baliabideak dira. Dena den, beste baliabide zein agenteekin sinergiak eta loturak bilatzea eskaintza aberasten lagunduko luke.
ENPRESARIK LANEAN BALIABIDEAN	Jai Alai Events turismo aktibo eta MICE turismoan lana egiten duen enpresak hainbat zerbitzu ematen ditu Galarreta pilotalekuan.
BALIABIDEAREN KUDEAKETA ARDURDUNA	Hernaniko Udala Oriamendi 2010 S.L.
HERRITARRAK ETA BISITARIEN ARTEKO OREKA	Hernaniko igerileku irekiak bertako eta inguruko herrietako erabiltzaileei zuzendutako azpiegitura da, uda garaian erabili ahal dena. Turistek edota kanpoko erabiltzaileek ohiko tarifak ordaindu behar dituzte igerilekuetara sartzeko. Bertakoek kiroldegiko abonatu izateagatik tarifa bereziak dituzte.

Mapa turistikotik kanpo dauden baliabideak:

Jarraian azaltzen diren baliabideak, gaur egun mapa turistikotik kanpo dauden

<table>
<tr><td>Merkataritza sarea</td><td>Hernanik komertzio sare zabala duen arren, gaur egun ez da turismoa erakartzen duen baliabide bezala lantzen. Berria elkarteak merkatariekin batera hainbat kanpaina martxan jarri ditu, bertako eta eskualdeko bezeroak erakartzeko helburuarekin.</td></tr>
<tr><td>Urteko agenda kulturala</td><td>Hernanik kultura eta festa giro aberatsa dauka urte osoan zehar. Ezaugarri aipagarria da eta turismoa erakartzeko potentzialtasun handikoa. Baina horretarako agenda kulturalaren egituraketa eta zabaltzea birplanteatu beharko litzake.
Egun kultur ekintzak antolatzen dituzten elkarte ezberdinak daude eta urteko kultu eskaintzaren aktibo garrantzitsuak direla esan dezakegu.
<table>
<tr><th>AUZO ELKARTEAK</th><th>ELKARTE GASTRONOMIKOAK</th></tr>
<tr><td>Asmo Argi auzo elkartea (Osiñaga), Belkara auzo elkartea (Karabel), Centro Social Etxeberriko Lagunak elkartea, Elizatxo auzo elkartea, Iturritxo auzo elkartea (Latsunbe), Olak auzo elkartea (Ereñotzu), Oraingo gazteak auzo elkartea (Martindegi), San Cristobal auzo elkartea (Antziola), Zikuñagako Ama auzo elkartea (Zikuñaga), Portu auzo elkartea, Kaxko auzo elkartea.</td><td>Elur Txori elkartea, Txantxangorri elkartea, Santa Barbara elkartea, Ur-Mia elkartea, Xalaparta elkartea.

Tolarea Sagardoaren kofradia</td></tr>
<tr><th>MUSIKA</th><th>KULTUR ARTEKOTASUNA</th></tr>
<tr><td>Goizetik Hernaniko txistulari banda, Hernaniko Musika Banda, Hernaniko Ohitura Zaharrak abesbatza, Hernaniko Ahotsa, Ozenki abesbatza, Kantuz abesbatza, Musikatea, Elizatxo elkartea</td><td>Amher Kultur Aniztasunerako Elkartea, Centro cultural Extremeño.</td></tr>
<tr><th>ARTISAUTZA ELKARTEAK</th><th>DANTZA ELKARTEAK</th></tr>
<tr><td>Gabiltza Gipuzkoako artisau biltzarra, Errapia arte tailerra elkartea</td><td>Hernaniko San Joan konpartsa taldea, Kriskitiña dantza taldea, Ttarla dantza taldea</td></tr>
<tr><th>EKINTZA SOZIALAK</th><th>BESTEAK</th></tr>
<tr><td>Hernaniko gazte bilgunea, Juventudes Marianas Vicencianas, Kultur etxea. Centro socio cultural de la mujer, Natza errotaren ardatza elkartea</td><td>Berriak Ostalari eta Merkatarien elkartea, Morkaiko kultur elkartea,</td></tr>
</table>
Elkarteek eta udalak osatzen duten agenda kultural aktiboa du herriak.</td></tr>
<tr><td>Orona Ideo</td><td>Nazioarteko punta-puntako enpresa da Orona, Hernani industria eta berrikuntzaren sektorean ezagutzera eman dezakeena. Orona Ideo azpiegiturak turismoan sektorean barneratzeko baliabide garrantzitsua da.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>Karabeleko</td><td>Elikadura eta ekoizpen arduratsuan lan egiten duen ekimena da. Elikadura subirautza eta bertako produktuen kontsumoa indartzen duen proiektu bikaina da.</td></tr>
<tr><td>Kirol ekitaldiak</td><td>Urteko agenda kulturala oparoa den moduan, Hernanin kirol modalitate desberdinak jorratzen dituzten kirol-elkarte eta kirol-talde nabarmenak daude. Hauek guztiek urte osoan zehar kirol ekitaldiak, lasterketak edota txapelketa desberdinak direla eta, bisitari kopuru nabarmena mugiarazten dituztela ukaezina da. Honekin batera, eskualdean zein Gipuzkoa mailan antolatzen diren bestelako kirol ekitaldi desberdinek erakargarritasun handikoak izan daitezke publiko nitxo jakin batzuei begira. Hortaz, Hernanik aukera desberdinak izan ditzake turismoari begira.
Gipuzkoan aipagarriak diren kirol ekitaldiekin sinergiak sortzea.
Donosti Cup, Behobia-SS, arrauna liga, rugby, txirrindularitza lasterketak (Clásica SS, Euskadiko Itzulia…), erremonte txapelketak, pala txapelketak, etab.
Hernani bereizten duten kirol-modalitateen inguruan lanketa berezia egiteko aukera ikusten da. Hala nola, rugbya, boloak edota erremontea. Bola jokoaren kasua aipagarria da, Euskal Herrian tradizio handia duen jokoa da.

<table>
<tr><th>ELKARTEA</th><th>KIROL EKINTZA</th></tr>
<tr><td>C.D Hernani</td><td>Futbola, atletismoa, esku pilota, pala, boloak</td></tr>
<tr><td>Hernani club de rugbi</td><td>Rugby</td></tr>
<tr><td>Asociación de gimnasia rítmica de Hernani</td><td>Gimnasia erritmikoa</td></tr>
<tr><td>Asociación de Ajedrez de Hernani</td><td>Ajedreza</td></tr>
<tr><td>Hernani Kirol Elkartea</td><td>Saskibaloia, judoa, igeriketa, waterpolo, Boley</td></tr>
<tr><td>Asociación de Remo de Hernani</td><td>Arrauna</td></tr>
<tr><td>Hatzi Klimbers</td><td>Eskalada</td></tr>
<tr><td>Yuma</td><td>Jiu Jitsua</td></tr>
<tr><td>Mendiriz Mendi</td><td>Mendizaletasuna</td></tr>
<tr><td>Txantxangorri</td><td>Heiza, arrantza, tiraketa olinpikoa</td></tr>
<tr><td>Elu Txori</td><td>Boloak</td></tr>
<tr><td>J.O.C.C- Zikuñagako ama</td><td>Txirrindularitza</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

Txirta	Heiza, tiraketa olinpikoa
Ur-Mia	Boloak
Hegatz	Ur-ekintzak
Zumitza-triatlon	Triatloia, txirrindularitza
Delta Club	Ala delta
Moto Club Deportivo	Motorra

Ondorio orokorrak

Ondare eta baliabide turistiko gehienak kulturarekin erlazionatutakoak dira. Produktu turistikoen analisian aipatuko den moduan, turismo segmentu kulturalaren barruan identifikatzen dira gehienak (ikusi taulak). Hernanik arlo honetan duen aberastasunaren adierazle dira, bisitarien interesa eta ezagutzeko nahiak piztu dezaken kultur ondare oparoa aurki daiteke Hernanin.

	BALIABIDEAK ETA ONDAREA	KOP.	%
1	KULTURALAK Ondare kulturala: 12 Baliabide kulturalak: 10	22	57,9
2	NATURALAK Ondare naturala: 0 Baliabide naturalak: 9	8	21,1
3	GASTRONOMIKOAK Ondare gastronomikoa: 2 Baliabide gastronomikoa:2	4	10,5
4	MAPA TURISTIKOTIK KANPO	4	10,5
5	OSAGARRIAK	2	5,3
		38	100

	PRODUKTU TURISTIKOAK	KOP.	%
1	KULTURALAK	9	33,3
2	GASTRONOMIKOAK	7	25,9
3	KIROLA	5	18,5
4	NATURALAK	3	11,1
5	MICE	1	3,7
6	TREN BERDEA	1	3,7
7	AGROEKOLOGIKOA	1	3,7
		27*	100

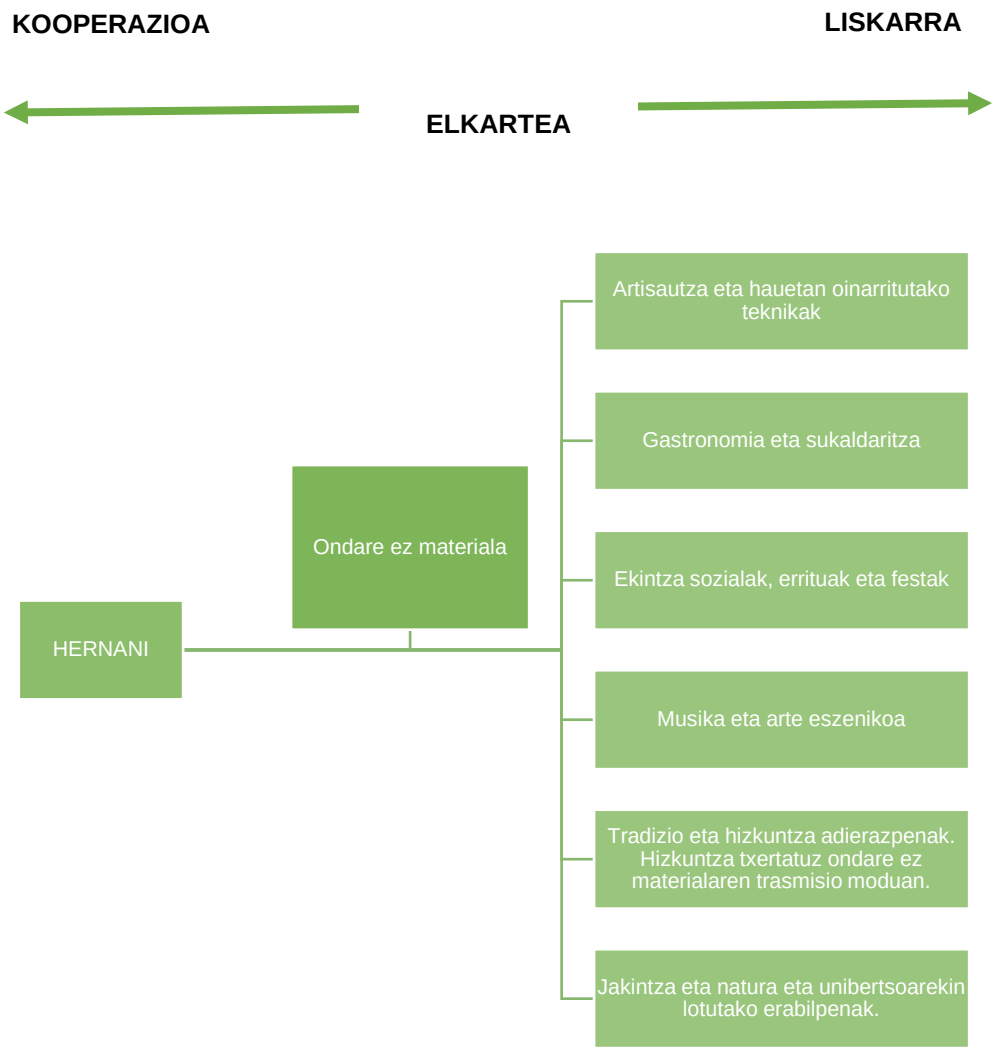
**Produktu batzuk segmentu turistiko bat baino gehiagori bideratzen dira.*

Iturria: Lanketa propioa. Egindako azterketatik eratorritako emaitzak.

Zentzu honetan, azpimarratzekoa da gaur egun baliabide turistiko bezala identifikatzen ez den ondare kulturala (12 identifikatu dira, elementu kulturalen %54,5a suposatzen dutena), batik bat. Arestian aipatu bezala, turismoaren jarduerara bideratutako gutxieneko esku hartzea beharrezkoa da ondarea baliabide turistiko bezala jasotzeko. Hortaz, nabarmena da Hernaniko mugetan topatu daiteken ondare industriala (tipologia desberdinekoa, baina gehienbat Urumea ibaiari lotutakoa) eta honek duen potentzialtasun eta erakargarritasun turistikoa. Beste adibide aipagarria, ondare materialgabeari dagokiona da, Hernanin adierazpen kultural desberdinen bidez identifikatu da. Bertako festa eta ohitura garrantzitsuak; euskararekiko lotura eta hernaniarren nortasunaren bereizle; bertsolaritzak Hernanin duen tradizioa; edota Done Jakue Bidea.

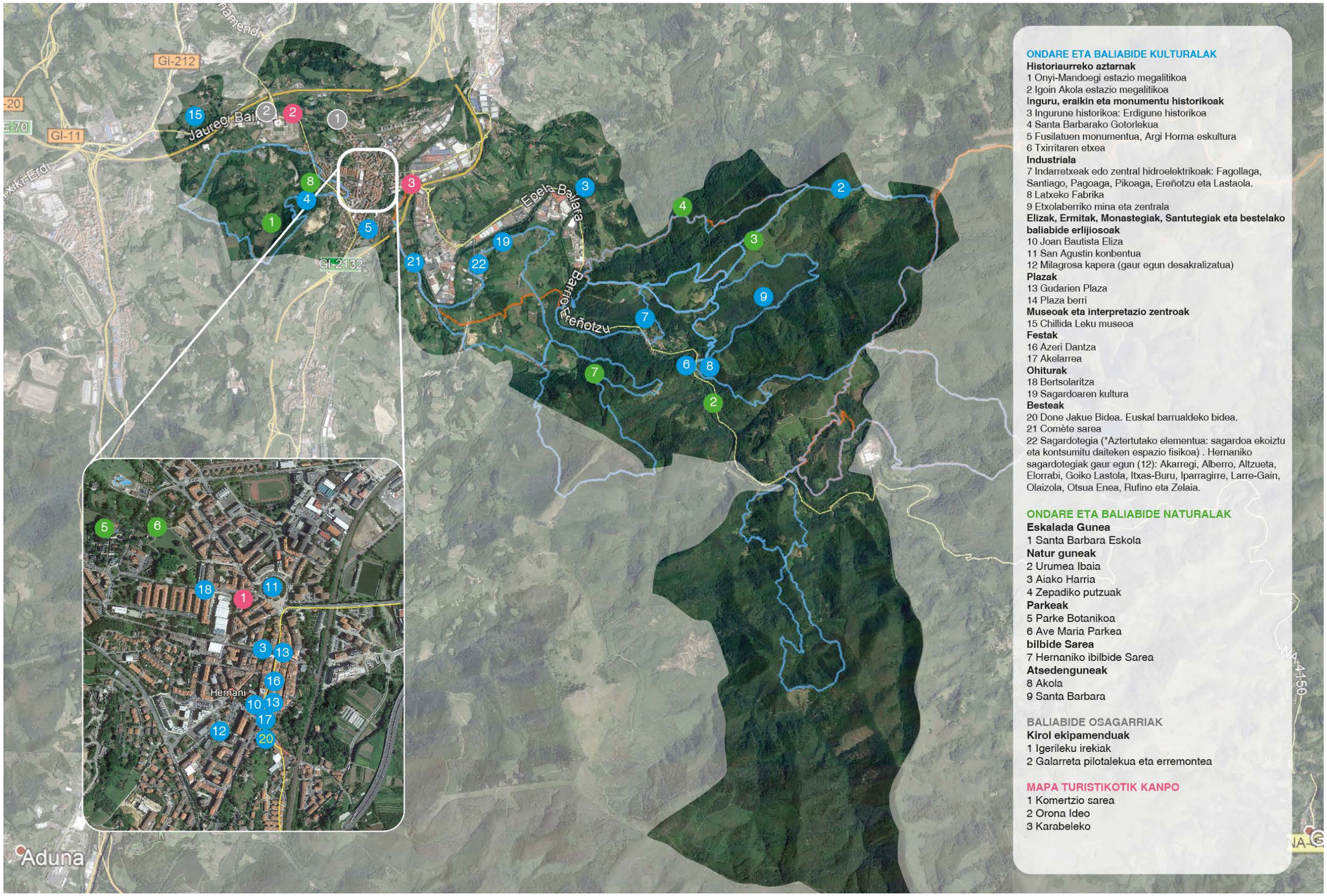
Kultur espresio ez materialen eta turismoaren arteko harremana tentuz landu beharreko kontua da, herritarren eta turismoaren jardueraren inguruan sortu daitezkeen talkak direla eta. Kontuan izan behar dugu, herriko eragile ezberdinak direla ondare ez materialaren kudeatzaile nagusiak. Bestalde, ondarearen merkantilizazioaren arriskua edota arazoa suertatu daiteke gaia ez bada behar bezala bideratzen. Egoera hauek ekiditeko kudeaketan arreta berezia jartzea beharrezkoa izango da. Egun egon daitezkeen edota sortu daitezkeen produktu edota pakete turistikoetan ondare ez materialaren adierazpenak eta edukiak txertatzeak hauek balioan jartzeko aukera bat izan daiteke.

Turismo eta ondare ez materialaren arteko harremana:



(Iturria: OMT, Nazioarteko Turismo Erakundeak burututako sailkapena, *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*, 2013)

IRUDIA: HERNANIKO ONDARE ETA BALIABIDE TURISTIKOEN KOKAPENA



ONDARE ETA BALIABIDE KULTURALAK

Historiaurreko aztarnak
1 Onyi-Mandoegi estazio megalitikoa
2 Igoin Akola estazio megalitikoa
Inguru, eraikin eta monumentu historikoak
3 Ingurune historikoa: Erdigune historikoa
4 Santa Barbarako Gotorlekua
5 Fusilatuen monumentua, Argi Horma eskultura
6 Txirritaren etxea
Industriala
7 Indarretxeak edo zentral hidroelektrikoak: Fagollaga, Santiago, Pagoaga, Pikoaga, Ereñotzu eta Lastaola.
8 Latxeko Fabrika
9 Etxolaberriko mina eta zentrala
Elizak, Ermitak, Monastegiak, Santutegiak eta bestelako baliabide erlijiosoak
10 Joan Bautista Eliza
11 San Agustin konbentua
12 Milagrosa kapera (gaur egun desakralizatua)
Plazak
13 Gudarien Plaza
14 Plaza berri
Museoak eta interpretazio zentroak
15 Chillida Leku museoa
Festak
16 Azeri Dantza
17 Akelarrea
Ohiturak
18 Bertsolaritza
19 Sagardoaren kultura
Besteak
20 Done Jakue Bidea. Euskal barrualdeko bidea.
21 Comète sarea
22 Sagardotegia (*Aztertutako elementua: sagardoa ekoiztu eta kontsumitu daiteken espazio fisikoa) . Hernaniko sagardotegiak gaur egun (12): Akarregi, Alberro, Altzueta, Elorrabi, Goiko Lastola, Itxas-Buru, Iparragirre, Larre-Gain, Olaizola, Otsua Enea, Rufino eta Zelaia.

ONDARE ETA BALIABIDE NATURALAK

Eskalada Gunea
1 Santa Barbara Eskola
Natur guneak
2 Urumea Ibaia
3 Aiako Harria
4 Zepadiko putzuak
Parkeak
5 Parke Botanikoa
6 Ave Maria Parkea
bilbide Sarea
7 Hernaniko ibilbide Sarea
Atsedenguneak
8 Akola
9 Santa Barbara

BALIABIDE OSAGARRIAK

Kirol ekipamenduak
1 Igerileku irekiak
2 Galarreta pilotalekua eta erremontea

MAPA TURISTIKOTIK KANPO
1 Komertzio sarea
2 Orona Ideo
3 Karabeleko

2.2 PRODUKTU TURISTIKOEN ANALISIA:

Eskaintza edota esperientziak turistak jomugan igaroko duen denboraren erreklamo dira maiz, hori dela eta zenbait Jomuga turistikok esperientzia aukerari aurre egin behar diote bisitariaren iraupena luzatzeko. Orokorrean eskaintza zabala izateak turistaren pertzepzio positiboan eragiten du eta hare gehiago aldagai meteorologikoak jomuga turistikoan eragin zuzena dutenean. Hori dela eta, zenbait jomuga turistikok bat egiten dute eskaintza bateratu eta zenbait ibilbide turistiko garatzeko.

Lan honen baitan, **20 ekintza proposamen** aztertu dira (egun martxan daudenak) . Hauetako batzuk herriko eskaintza turistikoaren parte dira beste batzuk aldiz mapa turistikotik kanpo eta produktu turistiko izateko izaera ere ez dutela esan dezakegu. Hala ere, hauen aukerak ikusita txertatzea interesgarria ikusi da (20 ekintza hauez gain udaletik azken urteetan ekintza ezberdinak jorratzen joan izan dira; Mendi ibilbide gidatuak, esperientzia edota pakete turistikoa. Urumea Arnastu egitasmoaren barru dauden ekintzak ez dira aztertu egun ez daudelako martxan, eztiaren esperientzia eta piragua ikastaroak).

Gaur egun, beraz, eskaintza finkoa 20 proposamenetan mantentzen dela esan dezakegu:

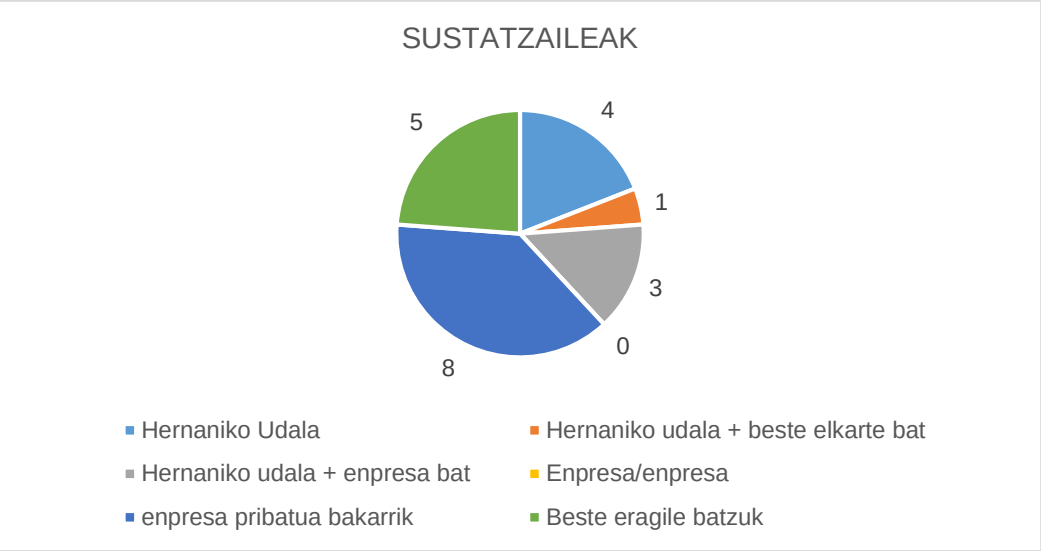
Produktua	Sustatzailea	Lotzen zaion segmentua	Txotx garaian bakarrik	Zein baliabiderekin harremana
1. Tren berdea	Hernaniko Udala	•	BAI	Hirigune historikoa Sagardoaren kultura
2. Bisita gidatua Hirigune Historikoak	Hernaniko Udala	Turismo kulturala	BAI (udaran ere eskaintzen dira)	Hirigune historikoa
3. Sagar Lasterra	Hernaniko Udala eta C.D Hernani-Atletismo	Kirol turismoa	BAI	Sagardoaren kultura Sagardotegi menua Sagarra Sagardoa
4. Bakailu astea	Hernaniko Udala, Donostialdea turismo gunea Behemendi, Berriak elkartea	Turismo Gastronomikoa	EZ	Sagardoa
5. Azeri bila	Hernaniko Udala eta C.D Hernani-Atletismo	Kirol Turismoa	EZ	-
6. Ereñotzuko mendi lasterketa	Ereñotzuko mendi Lasterketa	Kirol Turismoa	EZ	Aiako Harria Igoin Akola estazio megalitikoa
7. Iparragirre ezagutu	Iparragirre Sagardotegia	Turismo kulturala (sagardoaren kultura) eta Gastronomikoa	EZ (urte osoan)	Sagardoaren kultura Sagardoa Sagarra
8. Murgildu baserrian	Iparragirre Sagardotegia	Turismo kulturala (sagardoaren kultura) eta	EZ (urte osoan)	Sagardoaren kultura Sagardotegia

		Gastronomikoa		
9. Iparragirre dastatu	Iparragirre Sagardotegia	Turismo kulturala (sagardoaren kultura) eta Gastronomikoa	EZ (urte osoan)	Sagardoaren kultura Sagardotegia Sagardotegi menua
10. Ikusi eta Sentitu Iparragirre	Iparragirre Sagardotegia	Turismo kulturala (sagardoaren kultura) eta Gastronomikoa	EZ (urte osoan)	Sagardoaren kultura Sagardotegia
11. Sagarretik Sagardora	Iparragirre Sagardotegia	Turismo kulturala (sagardoaren kultura) eta Gastronomikoa	EZ (urte osoan)	Sagardoaren kultura Sagardotegia Sagardoa Sagarra
12. Agenda enoturistikoa	Iparragirre Sagardotegia	Turismo kulturala (sagardoaren kultura) eta Gastronomikoa	EZ (urte osoan)	Sagardotegi menua Sagardoa
13. Sagardo Forum	Sagardoaren Lurraldea	Kongresu turismoa (MICE)	EZ	Sagardoaren kultura
14. Bisita gidatua Galarreta	Galarreta Jai Alai	Kirol Turismoa	EZ (urte osoan)	Galarreta Jai Alai eta erremontea
15. Bisita gidatua hirigune historikoan eta bisita Galarretan (+partidua)	Hernaniko Udala eta Galarreta Jai Alai	Turismo kulturala eta kirol turismoa	EZ	Hirigune historikoa Galarreta Jai Alai eta erremontea
16. Irteera Chillida Lekura	Hernaniko Udala eta Chillida Leku	Turismo Kulturala	Ez	Chillida Leku
17. Ezagutu Hernani	Gipuzkoako parketxe sarea	Natur turismoa eta Turismo gastronomikoa	Ez	Ibilbide sarea Aiako Harria Igoin Akola estazio megalitikoa Sagardoaren kultura Sagardotegia Sagardotegi menua Sagardoa
18. Hernaniko ibilbide Sarea	Hernaniko Udala	Natur Turismoa	Ez	Ibilbide sarea
19. Laiaren ibilbidea	Hernaniko Udala	Natur Turismoa	EZ	Santa Barbara gotorlekua Hirigune historikoa Sagarra Ibilbide sarea
20. Kalabeleko bisita gidatua	Karabeleko	Agroekologia	EZ	-
Txotx Garaian zehar ekintza gehiago burutzen dira; Sagar martxa, Euskal balezaleen triskantza edota solasaldi ezberdinak.				

Bakoitzari dagokion analisia ***Produktu turistikoen azterketa*** **eranskinean** jasotzen da, aldiz, ondorengo dokumentuan ondorio nagusiak islatu nahi izan dira gaika banatuta:

- Sustatzailea:

Aukera ezberdinak ematen dira produktuen sustatzaileen artean, erdia baino gehiago ez dira elkarlanean merkaturatzen (57,1%) eta, beste 42,8%ak, hainbat agenteen artean eta izaera juridiko ezberdinarekin.

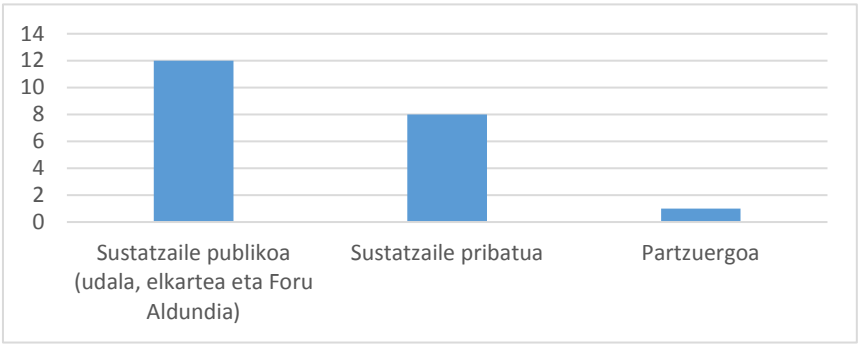


Orokorrean **enpresa pribatuek** produktu gehienak eskaintzen dituztela ikus dezakegu, hala ere enpresa batek burutzen dituen kopuruak baldintzatzen du irakurketa. Kontuan hartu behar baitugu, Galarreta jai Alai, Iparragirre Sagardotegia eta Sagardoaren Lurraldea (grafikoan besteak bezala identifikatu da bere izaera publiko-pribatua dela eta) direla turismora begira eskaintzak bideratzen dituzten enpresa pribatu bakarrak. Karabelekok bisita gidatuak eskaintzen baditu ere, ez du bere burua, ezta mezua ere zentzu horretan kokatzen.

Eragile publikoei dagokionean, Hernaniko Udala sustatzaile nagusia dela ikusi dezakegu eskaintza osoaren erdietan parte hartzen du, lau produktu berak bakarrik kudeatuz (tren berdea, bisita gidatua hirigune historikoan, ibilbide sarea eta Laiaren ibilbidea), hiru produktu eragile pribatuarekin (Galarreta Jai Alai, enpresa bakarra da baina bi produktu eta Chillida Leku) eta beste eragile publikoekin produktu bakarra (Bakailu astea).

Beste eragile batzuen kasuan, Ereñotzuko auzo udala, CD Hernani-atletismo saila, Sagardoaren lurraldea eta Gipuzkoako Parketxe Sareak antolatutakoak jasotzen dira.

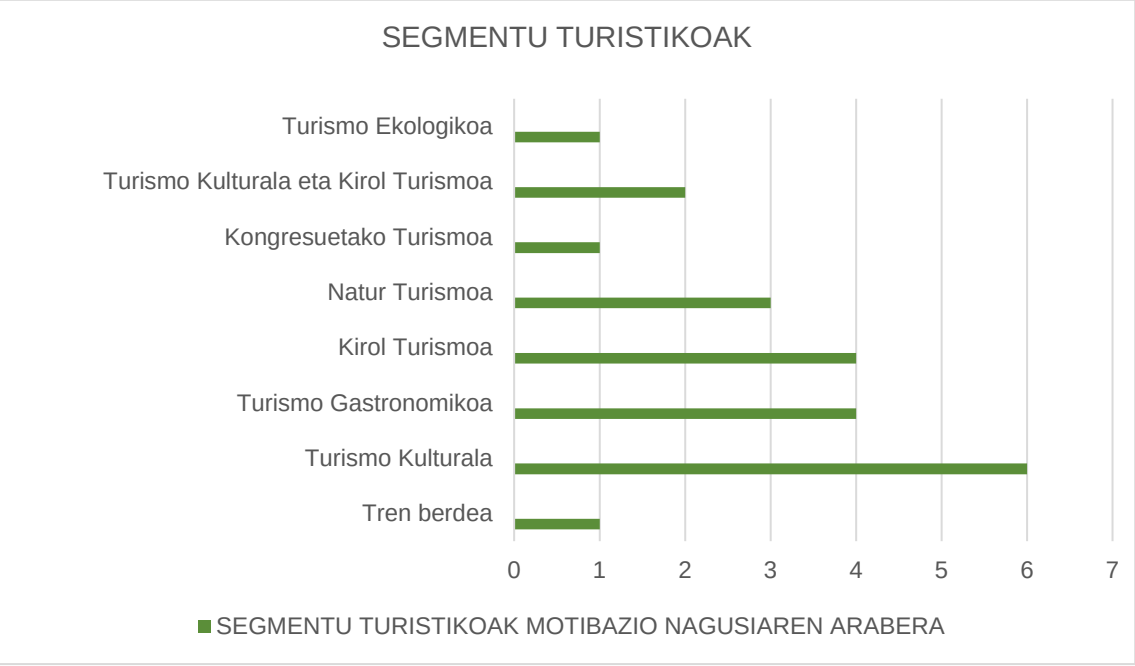
Aipagarria da bi enpresen artean eskaintzen diren produktuak ez direla identifikatzen.



- Turismo segmentua:

Analisia honetarako bisitariaren motibazioa edota bisitaren arrazoia hartu da kontuan, hori dela eta, turismo segmentu ezberdinak identifikatu dira, nahiz eta jakin, kasu askotan, herriko adierazpen kulturalak direla. Hala ere, aipatu bezala bisitaren motibazioari begira turismo kulturalaren baitan egon daitezkeen adierazpenak ere bereizi direla.

Bestetik, azterketa honetan kirolarekin lotutako hiru lasterketa identifikatu dira produktu bezala zuzenean inguruko bisitarien etorrera nabarmena eta zuzena dutelako. Hala ere ezin ditugu ahaztu eta aurrera begira garrantzitsua litzateke aztertzea besteko kirol ekitaldiekin ere bideratu daitezkeen iniziatiba turistikoak.



Turismo kulturalean oinarritutako eskaintza da batez ere Hernanik eskaintzen duena. Bisitari asko Txotx denboraldian etortzen direla ikusiko badugu ere gastronomiarekin zuzenean lotutako produktuak ez direla nabarmentzen ikusi dezakegu. Gastronomiarekin batera kirola edota natura eskaintza nagusietan kokatu ditzakeguela esan dezakegu.

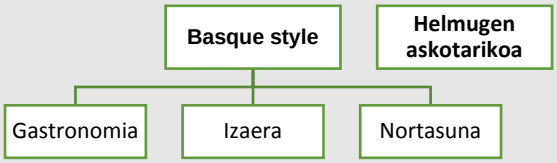
Kongresu eta pizgarriekin lotutako turismoari dagokionean (MICE), azpiegitura berriak eta Donostiarekiko gertutasunak aukerak eskaini ditzake Hernanin. Bertan identifikatu diren baliabide eta ondareari erreparatuz gero, MICE turismoa lantzeko potentzialtasuna identifikatu da.

Tren berdea bere horretan utzi da, motibazioa trena bera dela ulertzen delako.

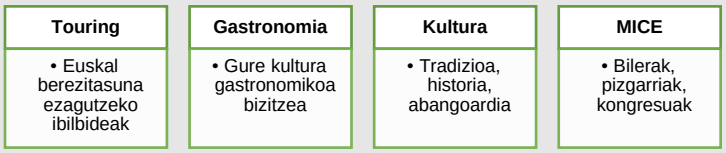
Turismo ekologikoaren inguruan, Karabeleko-tik bideratzen den produktua identifikatu da.

EUSKAL AUTONOMI ERKIDEGOAN ZER?

Eusko Jaurlaritzak “Euskadi Basque Country. Marketin planeko estrategia eta ekintza plana 2014-2017” honako ardatz estrategikoak zehazten ditu Euskadi marka turistikoaren posizionamendua lantzeko:



Honekin batera, produktu kategorietan lehenetsitako mailak honakoak dira:



Kategoria hauek (gastronomia, kultura eta MICE bereziki), Hernanik biltzen dituen balore eta baliabideekin zuzenki bat datozela esan daiteke.

- Salmenta eskaintza nagusia:

Kasu ia guztietan bisita gidatuak dira salmenta eskaintza. Zentzu honetan eta bisitariaren esperientzia indartze aldera garrantzitsua izan daiteke, bisiten edukiak errepasatu eta balio erantsiak non dauden identifikatzea.

- Balio erantsia:

Balio erantsia kultur espresioetan daudela esan dezakegu baina eskaintzak ez du aparteko berezitasun edota berritasunik eskaintzen.

Zenbait kasutan bestalde, gunea edota ekintza bera balio erantsia dela esan dezakegu. (Galarreta, Karabeleko, tren berdea) Kasu hauetan komunikazio kanalak garrantzi berezia izango dute.

Laiaren ibilbidearen kasuan euskarria eta familientzak bideratutako jokoa.

- Bezero Segmentua *(target):*

Bisita gidatuen kasuan taldeak dira batez ere bezero segmentua, (horrela gutxieneko ta gehieneko taldeak ezartzen dira) eta herrikoa ez den bisitariari begira komertzializatzen dira. Besteak asko aldiz, herri izaeran eta beraz bertako eta oso inguruko publikoari begira egindako ekintzak dira.

Bisitarien estantzian eragiteko gaitasunari begira, aztertutako ekintza bakarra dago egun batetik gorako programa eskaintzen duela, besteak bat eta lau ordu arteko eskaintzak dira.

- Baliabide klabeak:

Produktuaren araberako baliabideak identifikatu baditzakegu ere ondarea bera (materiala eta ez materiala) ezinbesteko elementu da produktu guztietan hori baita produktua garatu eta komertzializatzeko eskaintza nagusia. Bestetik, bisita gidatuak izanik gehienak gida/baliabide pertsonala klabea dute.

- Komunikazio kanalak:

Online eta offline kanalak erabiltzen dira ekintzen komunikazioa egiteko. Martxan dauden Produktu turistiko guztiak, antolatzailearen web gunean eta bere sare sozialetan ezagutzerat ematen dira, eta Karabelekok eskaintzen duen bisita gidatua izan ez ezik, beste guztiak, beste erakunde edo agenteen web gunean ere erabiltzen dituzte jende gehiagori iristeko. Mailing erraminta erabiltzen duten produktu bakarrak, kirolarekin zer ikusia duten dira, bertan urtez urte sortzen doazen datu basearekin lan egiten dutelarik.

Bestalde, prentsa da produktuen komunikazio off linea egiteko biderik erabiliena. Udalak sustatzen dituen produktu guztiak, eskualdearekin batera promozioan bisitatzen diren ekitaldi eta azoketan ezagutarazten dira eta herrian zehar jartzen diren kartelak, jardunaldi bereziak eta kirol proba promozionatzeko erabiltzen dira gehienbat (Bakailu astea, Pintxotx, lasterketak…)

Zein segmentu turistikoetan jarri behar dugu indarra?

Lan honen baitan Hernanin kokatutako enpresa ez turistikoek produktu gastronomiko eta kulturalak identifikatu dituzte beraien bezeroentzat interesgarrienak.

Hernanin kokatutako alojamenduek aldiz, Donostia edo inguruko herriak ezagutzea dela bisitaren arrazoi nagusia azpimarratu dute.

- Merkaturatze kanalak:

Produktu guztietatik, soilik kirolarekin zer ikusia dutenak dira salmenta edo izena emate prozesua online bidez hasi eta amitu daitezkeenak (Kirolprobak aplikazioaren bidez egiten dira). Beste kasuetan, telefonoa eta e-maila erabiltzen dira “salmenta” prozesua amaitzeko, eta presentzialki egin beharreko izen ematea soilik Tren

berdearen kasuan gertatzen da. Teknologia berriek dituzten abantaila guztiekin, aztertzekoa litzateke, salmenta edo izen emateko prozesu hauetan erraminta hauen erabilpena, izan ere, bezero edo turistari, produktu bat kontsumitzeko erraztasunak jartzen badizkiogu, aukera handiagoak egongo dira prozesu hori amaitu eta Hernaniko produktu turistikoen kontsumoa areagotzeko.

Udalak bera sustatzailea den produktuak bakarrik kaleratzen ditu.

- Inplikatutako agente eta sozioak:

Arestian aipatu bezala, nahiko paretsua da sozio edota agente kolaboratzaileak dituzten ekintzak eta ez dituztenak. Udalak bultzatutako kasuetan agente pribatu konkretuak dira bereziki. Beste kasu batzuetan, Bakailuaren Astea bezalako ekintzak elkarlanean bultzatzen dira beste agente batzuekin.

Korrika lasterketetan oso nabarmena da, bestalde, herriko enpresek eskainitako laguntza.

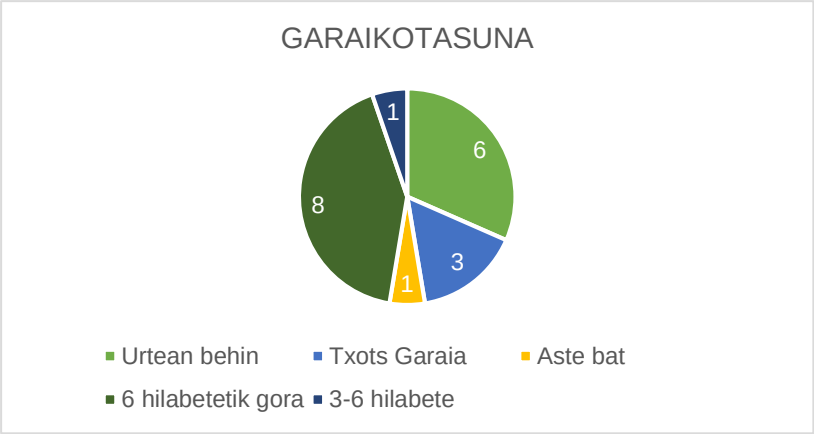
Kasu honetan kontuan hartzekoa da turismoaren iraunkortasun ekonomikoa, datu asko ez baditugu ere, kasu askotan laguntza publikoaren beharra ezinbestekoa baita zenbait ekintza aurrera bideratzeko.

Azkenik, azpimarratu egun Hernanin ekintza turistikoak eskaintzera bakarrik dedikatzen den enpresarik ez dagoela.

- Garaikotasuna:

Orokorrean ekintzek estazionalizazio altua eskaintzen dute, urteko egun konkretuetan bideratzen diren ekintzak dira, batez ere sustatzailea publikoa den kasuetan.

Galarreta Jai Alai edota Iparragirre sagardotegiak bultzatutako ekintzak dira estazionalizazio baxuena eskaintzen dutenak.



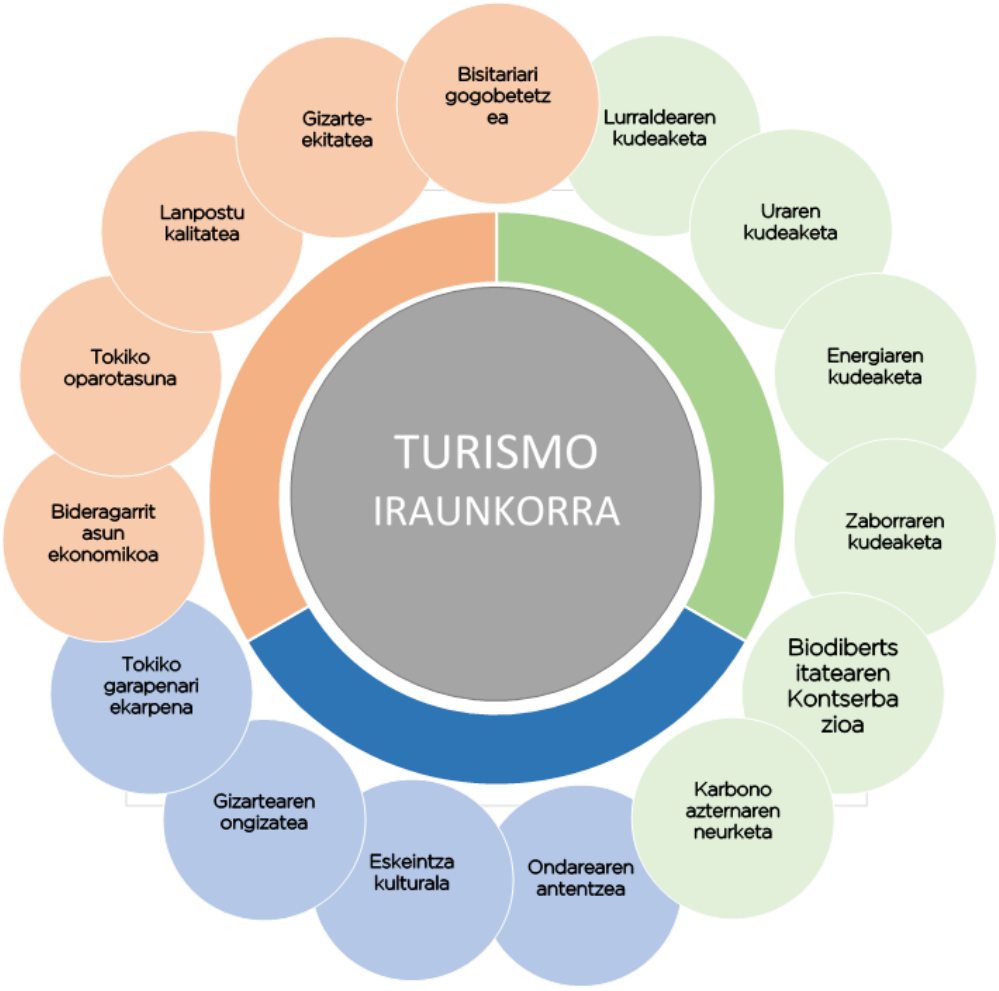
.

Oharra: Sagar Lasterra txotx garaian bada ere egun bateko ekintza bezala sartu da. Bestetik aipatu, 6 hilabetetik gorako ekintzen kopurua altua dela Iparragirre sagardotegiak 6 bisita ezberdin antolatzen dituelako. Hala, kopurua asko gutxituko litzateke.

Testuinguru honetan azpimarratzekoa da herriak nabarmentzen diren bi garaien bereizketan (txotx garaia eta txotx garaitik kanpoko epealdiak), ekintza gehienak ez direla txotx garaian bakarrik ematen, urteko bestelako sasoietan ere produktu turistikoak eskaintzen direla.

- Iraunkortasun programa:

Produktuen iraunkortasunari begira, ekintza bakoitzak iraunkortasun atalak lantzen dituen programarik aztertu nahi izan da. Orokorrean, ez direla garatu esan dezakegu eta aurrera begira kontuan hartzeko oinarrizko indikatzaileak aztertzen dira:



- Erakarritako turista kopurua:

Produktuaren iraunkortasunari begira, produktu bakoitzak erakarritako turista kopurua ezagutzea ere interesgarria izaten da, bataz besteko egonaldian eragiten duen edota diru-sarreren estimazioak egin ahal izateko. Hala ere, bere horretan produktuaren sustatzailearen arabera (publikoa edota pribatua), helburu bat ezin daitekeela izan azpimarratu nahi da.

PRODUKTU TURISTIKOA	JASOTAKO BISITARI KOPURUA
1. Tren berdea	Azken 5 urtetan burutu den ekintza den arren, bisitari kopuru baxua jasotzen duela esan dezakegu. Bataz beste, 22 pertsona egiten dute Tren Berdean bisita asteburuko. 2013-2016 urteetan Aste Santuan ere egon da trena. 2017. urtean Berriak merkatari elkartearekin ere "Erosketak gurpil gainean" egitasmoa aurrera eraman da. 340 pertsona igo dira 2017.urtean eta 181 egitasmo kokatu dira honen barne. 2018. urteari dagokionean, 255 pertsonak hartu dute parte. Aste Santuko ostiral eta larunbatetan erregistratu dira zifrarik altuenak eta bezero familiarra dela aurreikusi dezakegu. 0-3 urte: 22 pertsona/ 4-15 urte:120 pertsona/+16 urte 79 pertsona) • Trenak prezio sinbolikoa du, 2€ pertsonako. • Gastua asteburuko: 270€ (2018 urtea; 3.780,00€)
2. Bisita gidatua Hirigune Historikoan	Azken urteetan igoera izan duen produktua da, 2012an hiru erreserba burutu zirelarik eta, 2017an, 12 (hala ere ez ditugu pertsona kopuru zehatzak). **Udaran** burutzen diren bisiten inguruan kopuru nahiko antzekoak mantentzen dira. 2018. urteari dagokionean, datuak mantentzen direla esan dezakegu eta 185 pertsona hurbildu direla txotx garaian zehar.
3. Sagar Lasterra	Gutxi gorabehera 650 pertsonek parte hartu zuten 2017ko edizioan.
4. Bakailu astea	Ez dira datuak eskuratu
5. Azeri bila	500 pertsonek parte hartzen dute lasterketa honetan.
6. Ereñotzuko mendi lasterketa	200 pertsonek parte hartzen dute lasterketa honetan.
7. Iparragirre ezagutu	Ez dira datuak eskuratu. Lan karga dela eta ezin diote behar beste dedikatu eta beraz bisita kopurua ez da nahi bezain altua.
8. Murgildu baserrian	Ez dira datuak eskuratu. Lan karga dela eta ezin diote behar beste dedikatu eta beraz bisita kopurua ez da nahi bezain altua.
9. Iparragirre dastatu	Ez dira datuak eskuratu. Lan karga dela eta ezin diote behar beste dedikatu eta beraz bisita kopurua ez da nahi bezain altua.
10. Ikusi eta Sentitu	Ez dira datuak eskuratu. Lan karga dela eta ezin diote behar beste

Iparragirre	dedikatu eta beraz bisita kopurua ez da nahi bezain altua.
11. Sagarretik Sagardora	Ez dira datuak eskuratu. Lan karga dela eta ezin diote behar beste dedikatu eta beraz bisita kopurua ez da nahi bezain altua.
12. Agenda enoturistikoak	Ez dira datuak eskuratu. Lan karga dela eta ezin diote behar beste dedikatu eta beraz bisita kopurua ez da nahi bezain altua.
13. Sagardo Forum	220 pertsonak parte hartu zuten 3 egunetan burutu ziren ekintza ezberdinetan. (iturria: Sagardoaren lurraldea)50.713,89 €-ko (Bez barne) aurrekontua izan du. Ekintzak doakoak izan dira.
14. Bisita gidatua Galarreta	2017. 1000 pertsonatik gora etorri zirela estimatzen dute eta 2018. Urteari begira datuak mantendu eta hobetzea espero da. (Iturria: Galarreta Jai Alai)
15. Bisita gidatua Hirigune historikoan eta bisita Galarretan (+partidua)	2017an jarri zen martxan eta ez da bisitarik bideratu.
16. Irteera Chillida Lekura	Udala egiten da bisitaren kostuaren kargu. 2017an 24 pertsona joan ziren (28 pertsonek eman zuten izena).
17. Ezagutu Hernani	2017. urtean guztira 30 pertsonek egin zuten bisita hau, guztiak gipuzkoarrak, eta bi taldetan banatuta. 2018. urtean, aldiz, 25 pertsonek burutu zuten bisita, talde bakarrean eta guztiak gipuzkoarrak.
18. Hernaniko ibilbide Sarea	Programatu gabeko ekintza da, beraz, zaila da bisitari kopuru zehatza jakitea. Hala ere, aurrerago ikusiko dugun moduan, bisitarien motibazio nagusiena izan daitekeela ikusiko dugu.
19. Laiaren ibilbidea	Ibilbideak paperezko euskarria du eta horrek bisita kopurua jakitea ahalbidetzen du. Bi ikastetxek burutu dute ibilaldia. Datu zehatzak ez badaude ere, zenbait familiek burutzen dutela jasoa du udalak. Bezero zehatzei bakarrik eskaintzen zaie.
20. Karabeleko bisita gidatua	Estatu Batuetako bisitariak jasotzen ditu batez ere (Donostiako turismo eragile batekin egin dute lan, 15 bat lagun izan zituzten 2017an). Horrez gain, ikastetxeetako haurrak 200 izan ziren eta gehiengoa Hernanikoak; sukaldaritza eskoletatik, aldiz, 150 pertsona pasako zirela uste da. Bestelako bisitariak, 100 inguru (jardunaldi ezberdinak, sukaldariak, xelebreak, gastronomiako kritikariak ...).

- Eskuratutako diru-sarrerak:

Sektore publikoak sustatutako produktuen artean bideragarritasun ekonomikoa lehentasunezkoa ez dela aurreikusi daiteke. Zenbait egitasmoren kostua osotasunean bere gain hartzen du (Bakailao Asteko zenbait ekintza esaterako). Hala ere, ezin izan dira produktu hauetatik eskuratutako diru sarrera netoak ezagutu.

Kobratzen diren produktuen bataz besteko prezioa: 16,8€

- Produktuan parte hartzen duten bertako negozioen portzentaia:

Orokorrean ekintza nahiko isolatuak direla esan dezakegu, harremanak bideratzen badira ere, ez dago elkarlanerako ikuspegi orokorra eta bertako enpresen arteko harremanak estutzea bideratu beharko litzateke. Kontuan hartzekoa izango dira, lan honen baitan identifikatutako ondare eta baliabide turistikoak.

- Produktu eta ondarearen arteko harremana:

Aurreko analisian ikusi ahal izan dugun bezala ondare eta baliabide turistikoen harremana ez da identifikatutako produktu turistiko guztietan ematen. Ondorengo taulak erakusten duen moduan, produktu turistikoen kopuru altua sagardoaren kultura edota honi lotutako baliabide kultural eta gastronomikoekin dute zuzeneko harremana (guztira ia produktu eskaintzaren %65an barneratzen dira “sagardoaren kultura”, “sagardoa”, “sagardotegia”, “sagardotegiko menua” eta “sagarra” baliabideak).

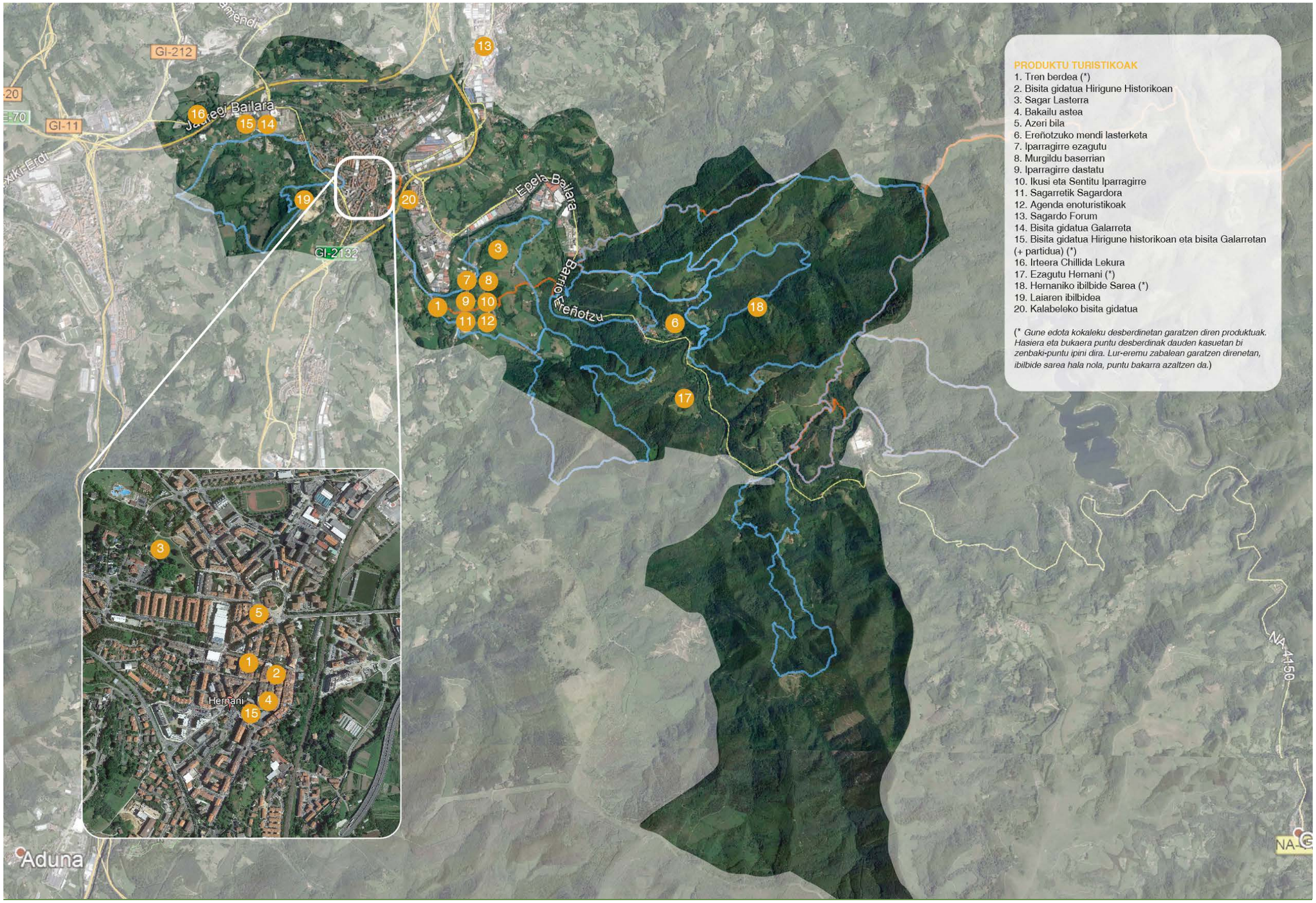
Sagardoaren kulturatik haratago, hirigune historikoan barrera garatzen diren lau produktu identifikatu dira, Hernaniko ibilbide sarearekin parekatuta.

Produktu turistikoak Hernani - Harreman zuzena daukaten baliabideak	Kop.	%
Sagardoaren kultura	9	**20,00**
Sagardoa	6	13,33
Sagardotegia	5	11,11
Sagardotegiko menua	5	11,11
Sagarra	4	8,89
Hirigune historikoa	4	8,89
Ibilbide sarea	4	8,89
Aiako Harria	2	4,44
Igoin-Akolako estazio megalitikoa	2	4,44
Galarreta Jai Alai eta erremontea	2	4,44
Chillida Leku	1	2,22
Santa Barbara gotorlekua	1	2,22

Taula: Gaur egun Hernanin eskaintzen diren produktu turistikoekin harreman zuzena daukaten baliabide turistikoak. Iturria: Garapen propioa.

Datu hauek azalean uzten dute produktu turistikoei bideratuta dauden Hernaniko ondare eta baliabide turistikoen kopurua oso baxua dela. Honek eskaintzaren heterogeneotasuna eta desberdintzea zailagoa egiten dute, helmuga turistikoaren posizionamenduan kalterako. Beraz, etorkizunera begirako estrategian segmentu eta publiko objektibo jakinei bideratutako eskaintza birplanteatu eta moldatzea ezinbestekoa izango da, Hernaniko interes guneak eta erakarpen turistikoa izan ditzaketen ondarea eta baliabide guztiak barneratuz.

IRUDIA: HERNANIKO PRODUKTU TURISTIKOEN KOKAPENA



ESKUALDEAN ZER?

Eskualdeak ez du produktu turistiko bateraturik eskaintzen, Done Jakue Bidea da eskualdeko 4 herri elkartzen dituen produktu bakarra (Astigarraga, Hernani, Urnieta eta Andoaindik igarotzen da). Egun Astigarraga eta Andoainen daude erromesentzako aterpeak.

Ondareari dagokionean balio altuko espazio naturalak eta espresio kulturalak identifikatzen dira Leitzarango biotopoa, Aiako Parke Naturala, Ibilbide Sareak, Sagardoaren kultura, gastronomia edota euskara, besteak beste. Hala ere ez da baliabide turistikoen estrategiarik garatu eskualdeari begira. Eskualdea Donostiaren itzalpean garatu izanak eragin zuzena izan du.

Lanketa honen baitan eskualdeko turismoaren gobernantzan (planifikazioa eta promozioa) lanean ari diren eragileekin (sei udaletako politiko eta teknikariak, Gipuzkoako Foru Aldundiko politiko eta teknikariak eta Basquetour-eko teknikaria) burututako bilkuran eskualdeari loturako ondare adierazgarrienak identifikatu ziren.

Jomuga turistikoaren identifikazioa. Jomuga turistikoari lotutako baloreak	**Euskara eta Kultura**. Hernaniri eta eskualdeari lotutako ezaugarriak direla . Bi ezaugarriak, Euskal Kultura orokorrean eta herri izaeraren adierazgarri bezala ulertu behar direla aipatu da.
	Natura. Urumea, Oria edota Leitzaran ibaiak eta hauen inguruak naturgune garrantzitsuak dira.
	Sagardoa. Ondo posizionatutako terminoa da oro har. “Cultura del destino” edota “cultura del detalle” delakoen harira, herria eta eskualdea produktu honen inguruko posizionamendu egokia eta positiboa lantzeko aukera.
	Done Jakue Bidea. Unescok Nazioarteko Ondasun izendatu duen baliabidea da. Ondo kudeatuta, potentzial handiko produktua da eta Hernani hainbat foro eta herri-saretan txertatzeko aukera zabaltzen du.

Sagardoa izan da batez ere eskualdeari begirako lanketa bideratu den baliabide turistikoa, Astigarragan kokatutako Sagardoaren Etxeak edota Hernaniko Udaletik bideratutako produktu turistikoekin. Hala ere eskualdera zabaltzearen indarra garrantzitsua izan daiteke.

Natur baliabideei dagokionean hauen egitura espazialak eskualdeko lanketan eragin zuzena izan duela esan dezakegu, herrikako lanketa izan baita batez ere garatu dena. Andoain izan da Leitzarango biotopoan Natur turismoaren eskualdeko erreferentzian lan egin duena.

Euskara edota bestelako kultur adierazpenei dagokionean ez da turismorako estrategiarik garatu.

3. BISITARIAREN INGURUKO ANALISIA

Barne diagnostikoaren baitan Hernaniko herria ezagutzera hurbiltzen diren bisitarien inguruko analisia burutu nahi dugu. Horretarako Hernaniko udalak luzatutako datuak (informazio puntuan jasotakoak) eta lan honen baitan bideratutako galdetegietan oinarritu da atal hau.
Kontuan izan behar dugu hemen aurkezten diren datuak informazio bulegotik pasatako bisitariei egiten dietela erreferentzia eta garaikotasunaren aldetik ere mugatuak dira informazio puntuak duen egutegi eta ordutegia dela eta.

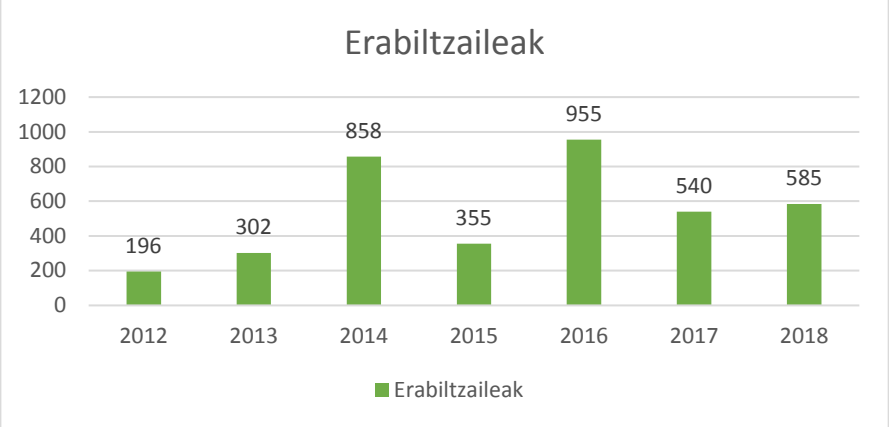
HERNANIKO INFORMAZIO PUNTUA

Urtean zehar:	**Udalaren sail bat denez, astelehenetik ostiralera eta goizez soilik (07:45etatik 15:00 arte).** ***Bilerak direnean edota bestelako … itxita.**
Urtean bitan informazio gune berezia irekitzen da (etxola):	Txotx denboraldiko asteburutan (12-13 asteburu) eta uztaila eta abuztuan egunero. - Txotx denboraldiko ordutegia: Larunbatetan 10:15-14:15 / 16:30-19:30 Igande eta jai egunetan: 11:00-15:00 - Uztaila eta abuztuko ordutegia: Larunbatetan 10:00-14:00 / 17:00-20:00 Igande eta jai egunetan 10:00-14:00 Astelehenetan itxita.

3.1 BISITARI KOPURUAREN BILAKAERA

Bi analisi burutu ditzakegu Hernaniko turismo egoerari dagokionean: txotx garaiari dagokiona batetik eta txotx garaitik kanpoko bisitaria bestetik.

Txotx garaian hurbiltzen diren turista/bisitarien bilakaera (atal honek txotx garaian burutzen diren eskaintza turistikoaren baitako datuak jasotzen ditu eta ez txotx garaian gerturatzen diren bisitari guztiena):



Iturria: Hernaniko Udala

Orokorrean bilakaera gorabeheratsua dela esan dezakegu, ezin baitugu gorakako bilakaera erregularrik identifikatu. Baliteke, burututako eskaintzak, eguraldiak edota komunikazioak eragina izatea. Azpimarratzekoa da, 2016 eta 2017 urteak alderatuta izandako jaitsiera (aurreko urteetan goranzko bilakaera bada ere) 955 erabiltzaile izatetik, 540 erabiltzaile izatera. 2018. urtean aldiz goranzko joera ikusi dezakegu.

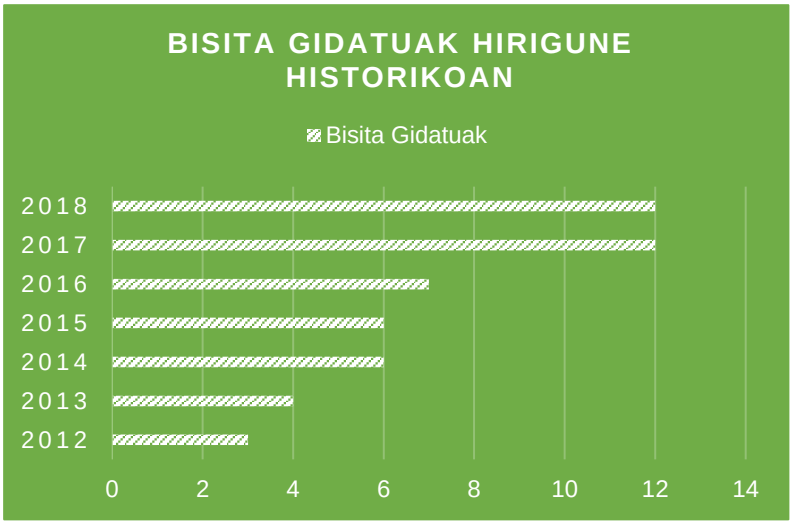
BISITA GIDATUAK:

TXOTX GARAIAN

PRODUKTU TURISTIKOAK

Bisita gidatuak Herrigune Historikoan:

- Pixkanaka kontsolidatuz doan produktua dela dirudi.



- Bisita gehienak larunbatetan burutzen dira, gutxi batzuk igandetan izaten dira.
- Batez ere gertuko bisitariak hurbiltzen dira bisita burutzera: Gipuzkoa, Bizkaia... eta sagardotegira egiten duten bisitarekin osatzen dute. Aste Santuko datuei dagokionez, Estatuko erabiltzaile kopurua handitzen dela identifikatu da.
- Batez ere helduek burutzen dituzte bisitak. Haurrekin hurbiltzen diren talde gutxi batzuk egon dira.



Zenbat bisita gidatu izan dira? eta noiz burutu dira?

- **12 bisita gidatu izan dira hirigune historikoan.**
- **Gehiengoak (%66.6) larunbat gaoizean izan da. Eta % 33a igande edo Ostiral Santuan (larunbat arratsalderako eskaei ez zaie irterarik eman). Otsailetik martxora bisita gidatu kopuru berbera izan da hilabetero.**
- **Larunbatean goizeko ordutegian 11:30ak aldera burutu dira.**

Nondik hurbildu dira eta zenbateko taldeak?

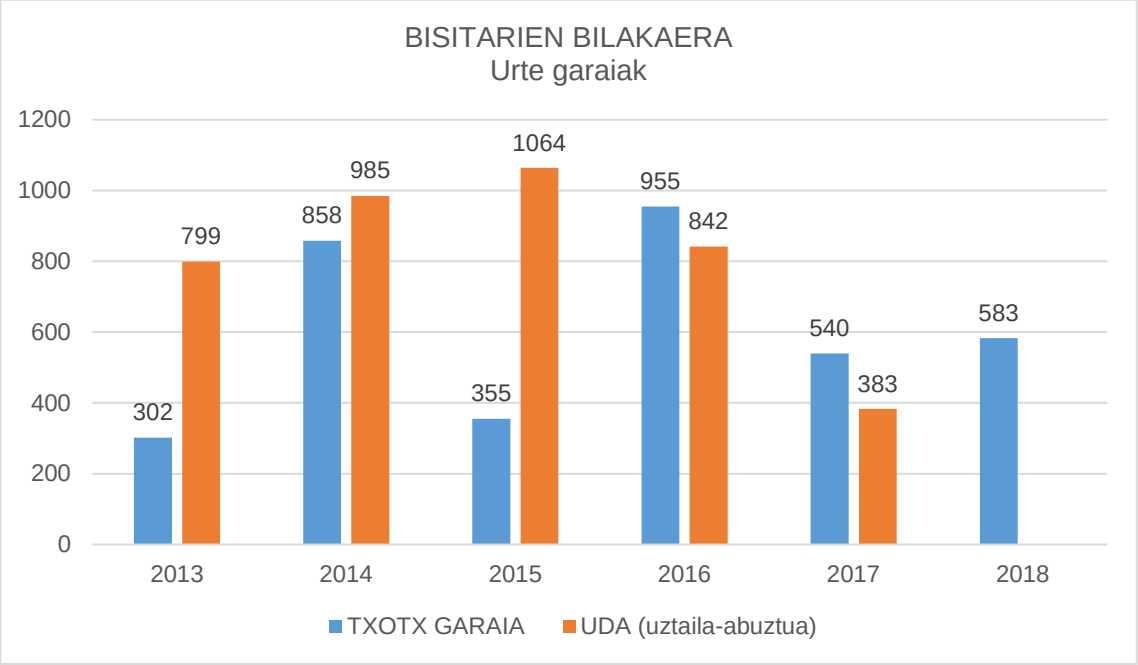
- **Bataz beste 15 pertsonako taldeak izan dira.**
- **Euskal Herritarrak izan dira gehienak (Bizkaia eta Gipuzkoarra batez ere. Gipuzkoarren artean Hernaniarren presentzia beste herri bateko biztanleekin nabaria izan da).**

Nun erreserbatu dute eta nolako taldeak izan dira?

- **Ia kasu guztietan helduak izan dira (ondoren sagardotegira joango direnak seguru ere).**
- **Postaz, kasetan eta telefonoz burutu dira erreserbak.**

INFORMAZIO PUNTUA:

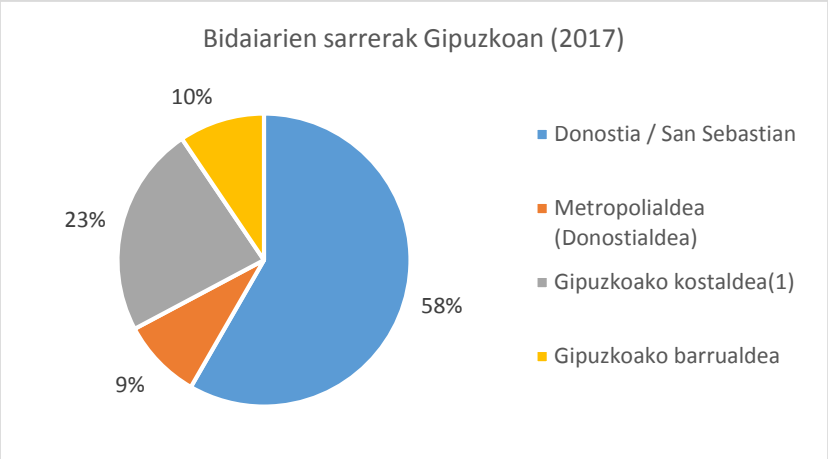
- Martxoan erregistratu dira bisitari gehien eta guztira 583 pertsona hurbildu dira (ez dakigu turistak diren ala ez) otsaila eta apirila bitarte.
- Jatorria, oraindik ere, batez ere hernaniarrak dira gehiengoak, hurbiltzen diren guztien erdia suposatuz. Ondoren, hurrenez-hurren, bizkaitarrak (%15,95), gipuzkoarrak (%14,77), Estatukoak (%10,07), Araba (%5,54), Nafarroa (%3,36) eta nazioartekoak (%1,8).
- Bisita gidatua egitera txotx garaitik kanpo hurbiltzen diren bisitarien bilakaera (uztaila/abuztua): 2013, 2014 eta 2015 urtetan goranzko bilakaera izan bazen ere, 2016 eta 2017an jaitsiera nabarmena antzeman daiteke.



Bi sasoi garaiak alderatuz, udaran bisitari gehiago jaso izan dira 2013-2015 urte bitartean, aldiz, azken urteetan datuak aldatu egin dira eta txotx garaian jaso dira bisitari gehiago. Kontuan hartzeko datuak izango dira garaikotasunean eragin edota produktuak garatze aldera. Komunikazioa edota produktu erakargarrien faltak ere eragina izan dezakete bisitari jaitsieran.

GIPUZKOAN ZER?

Bisitarien kopuruari erreparatuz gero, Eustat-ek egiten duen zonifikazioa kontutan izanda, Donostialdea da bisitari gutxien jasotzen dituen Gipuzkoako zonaldea. 2017. urteko datuen arabera, lurraldea bisitatu zuten bidaiarien %9a erregistratu zen Metropolialdean (Donostialdeari dagokiona), 97.828 bisitarirekin (Gipuzkoan guztira 1.098.525 sarrera egon ziren 2017an). Hala ere, azken urteetako goranzko joera nabarmenenak erregistratu dira Donostialdea eta Barrualdea zonaldetan, besteekin konparatuz. Beraz, datu hauek ez dute etorkizun txarra erakusten, kontrakoa baizik.



3.2 TURISTA TIPOLOGIA, JATORRIA ETA FLUXU TURISTIKOAK

Txotx garaian hurbiltzen diren bisitarien tipologia, jatorria eta fluxuak:

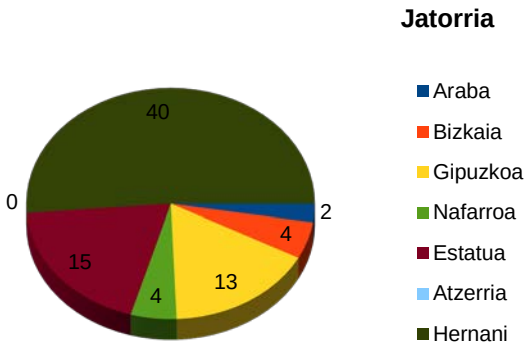
Tipologia: Turista tipologiaren inguruko datuak ez dira jasotzen. Dena den, informazio bulegoak eskuratutako datuen arabera, bidaiari talde mota identifikatu ahal da; kasu honetan, txotx garaiko hilabeteetan **talde mota 5 bidaiariez** osatzen da, beraz, nahiko talde jendetsuak izaten direla ondorioztatu daiteke.

Jatorria: Orokorrean gertuko turista hurbildu da informazio bulegora, Euskal Herriko dela esan dezakegu eta Hernaniko herritarraren presentzia ere azpimarratzekoa da. Kopuruak txotx denboraldian aldagarriak badira ere gertuko erabiltzaileak nabarmentzen dira.

Estatu mailako bisitariari dagokionean (datuek ez dute jasotzen txangozalea edota turista den) Katalunia, Madril eta Gaztela Leon dira azpimarratzeko erkidegoak. (hala ere datuak ez dira eskuratu)

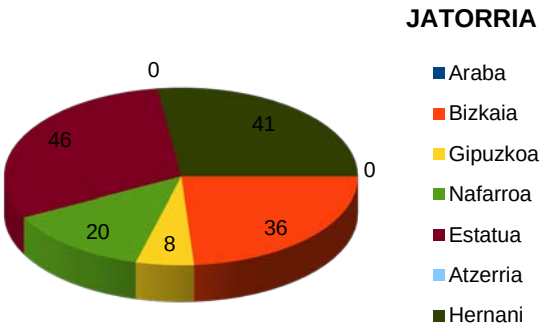
Hernaniko udalak 2017. urteko datuekin burututako analisian ondorengoa azpimarratu dezakegu:

- **Otsailan** batez ere Hernaniarrak hurbiltzen dira turismo bulegora, guztira 116 pertsona gerturatu dira.



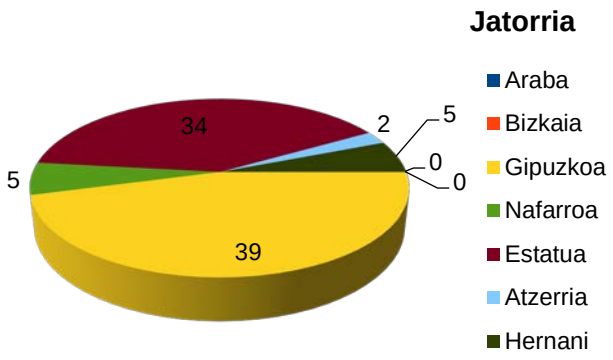
*Garai berdinean sagardotegietara joandako **autobus kopurua 85ekoa** izan zen 2017an. Autobus motaren arabera bataz besteko kopurua 42 pertsona direla jakinda, **3.570 pertsona** hurbildu zirela estimatu daiteke (bakarrik autobusez etorritakoak eta Karabelen aparkatu dutenak).*

- **Martxoan**, Estatuko bisi izan zen gehien hurbildu zena eta Hernanikoa mantendu egin zela esan dezakegu. Gainontzeko euskal probintzietan ere igoera nabaritu zen. Ia 100 pertsona gehiago hurbildu ziren aurreko hilabetearekin alderatuz.



*Garai berdinean sagardotegietara joandako autobus kopurua 202-ekoa izan zen 2017an. Autobus motaren arabera bataz besteko kopurua 42 pertsona direla jakinda, martxoan **8.484 pertsona** hurbildu zirela estimatu daiteke (bakarrik autobusez etorritakoak eta Karabelen aparkatu zutenak).*

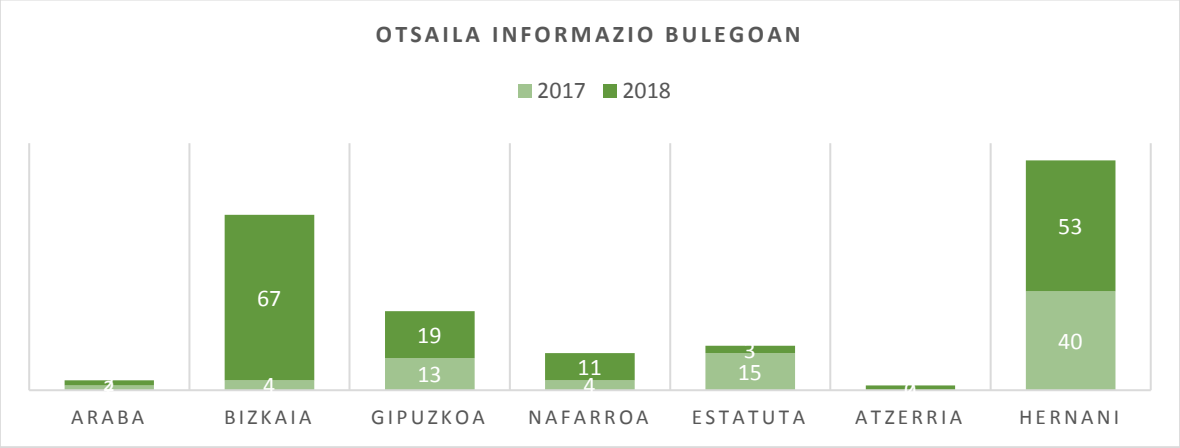
- **Apirila**: Gipuzkoarren kopurua esan dezakegu nabarmen igotzen den bakarra dela. Aurreko hilean baino pertsona gutxiago hurbildu ziren guztira (Aste santua kontuan hartzeko faktorea da).



*Garai berdinean sagardotegietara joandako autobus kopurua **110** izan zen 2017an. Autobus motaren arabera bataz besteko kopurua 42 pertsona direla **4.620 pertsona** hurbildu zirela estimatu daiteke (bakarrik autobusez etorritakoak eta karabelen aparkatu dutenak)*

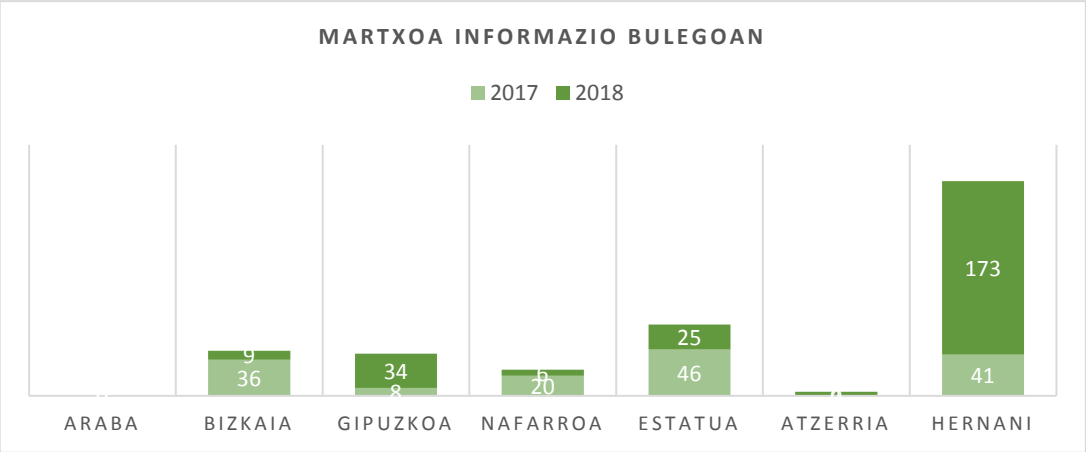
Hernaniko udalak 2018. urteko datuekin burututako analisian ondorengoa azpimarratu dezakegu:

- **Otsaila:** Bizkaitar Nafarroako eta Hernaniaren presentzia handiago da, estatukoak aldiz jaitsiera bat izan dute.

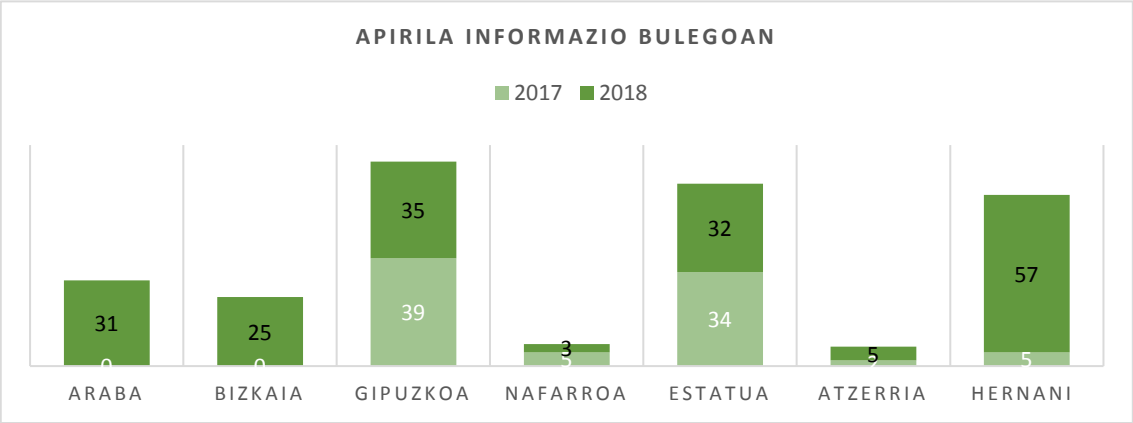


- **Martxoa:** Batez ere Hernaniarren igoera azpimarratzeko da , hilabeteko ekintza kulturalek baldintzatu dezakete datua. Gipuzkoarrek ere goranzko joera bat adierazten dute, Bizkaitar

eta Estatukoek (Aste Santuak ere baldintzatu dezake Estatuko bisitarien presentzia urtez-urte) igoera izan dute.



- **Apirila:** Hernaniren presentzia altuarekin jarraitzen dugu eta Araba eta Bizkaitarren presentzia handiagoarekin 2017. urtearekin alderatuz.



Fluxuak: Denboraldiak, bisitarien jatorri eta kopuruan eragin nabarmena duela ikusi dezakegu. Martxoa da urtez urte bisitari kopuru altuena jasotzen duen hilabetea. Hala ere Aste Santuak ere apirileko eta martxoko datuak baldintzatu ditzaketela ikusten da.

Txotx garaitik kanpo hurbiltzen diren bisitarien tipologia eta fluxuak:

Tipologia: Turista tipologiaren inguruko datuak ez dira jasotzen. Dena den, informazio bulegoak eskuratutako datuen arabera, bidaiari talde mota identifikatu ahal da; kasu honetan, udako hilabeteetan (uztaila eta abuztuan) **talde mota 2 bidaiariez** osatzen da. Txotx garaiarekin alderatuz, bidaiari tipologia bikote eta familiak izaten direla ondorioztatu daiteke.

Jatorria: Eskuratutako datuak Biteri Kultur Etxeko etxola irekita dauden bitartekoak dira uztaila eta abuztuan bildutakoak. Guztira 383 pertsona hurbildu ziren eta kopuru altuena Estatuko

bisitariari dagokio (ez da jatorri zehatza jasotzen). Txotx garaian ez bezala, eta datuak baxuak diren arren, atzerritarren presentzia nabarmenagoa da (bisitari guztien %23,2a dira, baina ez da jatorri zehatza jasotzen).

Azkenik aipatu jasotako datuetan Hernaniar asko izan direla etxolara gerturatu direnak, nahiz eta gehiengoak herriko kontuei lotutako kontsultak egitera gerturatu. Badirudi beraz, hernaniarrek informazio turistikorako etxola batez ere harrera gune bezala erabiltzen dutela eta ez herriko ondarea ezagutzeko edota inguruko informazio turistikoa eskuratzeko (herritarren datuak ere bisitarien barruan kontabilizatu dira, hortaz, turismoan motibazioa dela eta hurbildu direnak gutxiago direla esan dezakegu).

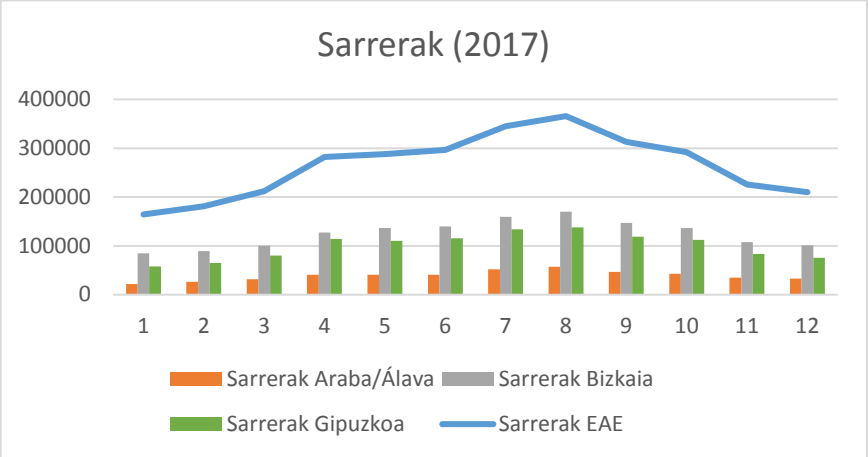
Fluxuak: Urte osoko daturik gabe zail suertatzen da bisitari fluxu errealak identifikatzea.

Galdetegia Alojamenduak	Lan honen baitan bideratutako online galdetegietan alojamenduek honako datuak azaldu dituzte. - **Bisitariaren jatorria:** Garaikotasun argia azaldu dute txox garaia eta txotx garaitik kanpo eta bisitarien jatorria eta baita tipologia ere ezberdina dela. Txotx garaian gertuko bisitaria eta taldeak dira batik bat eta beste urte sasoietan nazional eta internazionalak tartekatzen dira. Orokorrean bisitarie dagokionean %62 nazionalak eta %38 internazionalak (erantzun guztien bataz besteko datuak dira) identifikatu dituzte. **- Tipologia:** Taldeak, bikoteak eta familiak hurbiltzen dira batez ere Hernanira. Hotelak lana dela eta enpresetako jendea gerturatzen dela azaldu dute. Txotx garaian Taldeak identifikatzen dira batez ere eta udana Familiak eta bikoteak. - **Garaikotasuna:** Denak udaran gerturatzen direla aipatu dute (baliteke turismoarekin bakarrik udako garaia identifikatzea) nahiz eta erantzunetan txotx garaian bisitariak ere hurbiltzen dutela aipatu den. Egonaldi motari dagokionean, asteburuko egonaldiak identifikatzen dira, beraz, egonaldi laburrak direla ikusi dezakegu.

Galdetegia Enpresa turistikoak	Lan honen baitan bideratutako online galdetegietan enpresa turistikoaek honako datuak azaldu dituzte. Kontuan hartu behar dugu 3 enpresa soilik direla ekintza turistikoak bideratzen dituztenak. - **Bisitariaren jatorria:** Enpresaren arabehera bisitariaren jatorrian ezberdina dela ikusi dugu. Orokorrean bisitarie dagokionean %53 nazionalak %46 internazionalak (erantzun guztien bataz besteko datuak dira) identifikatu dituzte. Kontuan izan behar dugu Galarretako enpresak batez ere bisitari internazionalarekin egiten dutela lan. **- Tipologia:** Ez dute tipologia berezirik identifikatu, guztuek publiko ezberdinetara bideratzen direla ikusi da. **- Garaikotasuna:** Ez da garaikotasunik zehaztu.

EUSKAL AUTONOMI ERKIDEGOAN ZER?

Sarrerak Gipuzkoa-EAE 2017. urtean zehar (hilabeteka)



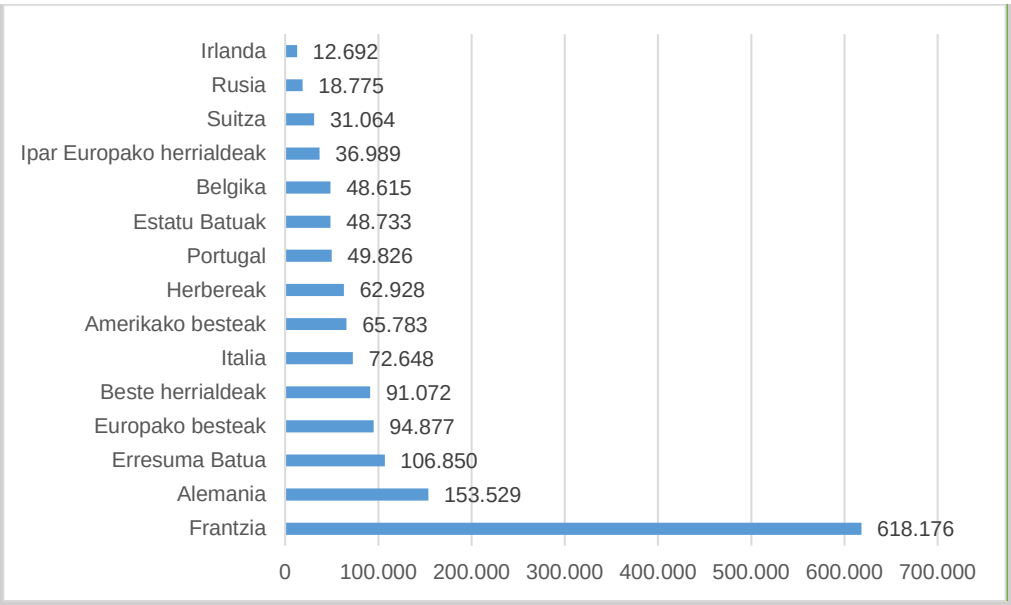
Bisitari atzerritar eta estatalei dagokionean, eta Gipuzkoako behatokiaren azken txostenaren arabera, gipuzkoaren kasuan datuak parekatzen ari direla ikusi dezakegu %45,5 atzerritarrak eta %54,5 estatalak jasotzen ditu lurraldeak. Aldiz, eta Donostialdea bere baitan jasotzen duen metropolian turista estatalen presentzia (%69,9) altuagoa da atzerritarrekin alderatuz (%30,1).

SARREREN JATORRIA				
	DONOSTIA	AREA METROPOLITANOA	GIPUZKOA KOSTA	GIPUZKOA BERRUKALDEA
ESTATUKOAK	294.370 (%46,0)	68.360 (%69,9)	158.847 (%62,0)	76.645 (%73,7)
ATZERRIKOAK	348.258 (%54,0)	29.468 (%30,1)	97.205 (%38,0)	27.372 (%26,3)
GUZTIRA	**640.628**	**97.828**	**256.052**	**104.017**

Iturria: Gipuzkoako Turismo Behatokia, Gipuzkoako Foru Aldundia, 2017

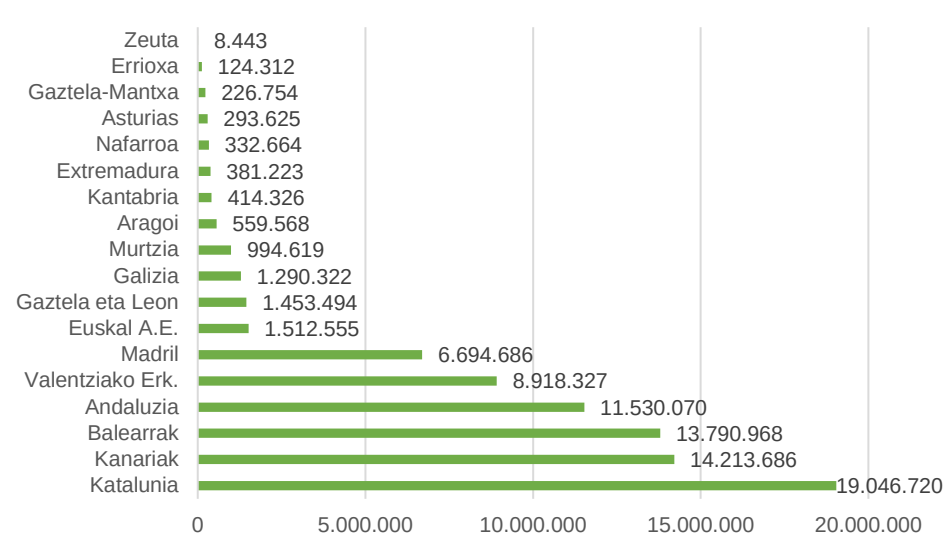
Atzerritar turistak, bidaiarien bizilekuaren arabera

Frantziarrak dira atzerriko turista gehienak EAEan zalantzarik gabe (2017an guztien %40,9a). Jarraian, Alemania da turista gehien bidali dituen herrialdea (153.529 turista guztira 2017an).



Estatuko turistak, Autonomia erkidegoaren arabera (2017)

Kataluniarrak, kanariarrak, balearrak eta andaluzak dira EAEra etortzen diren Estatuko bisitari gehienak, 2017. urtean zehar Frontur txostenak biltzen duenaren arabera. Hernaniko turismo estrategian merkatu emaile hauei bideratutako ekintzak jasotzea kontutan izan beharko da, Hernani jomuga turistiko bezala merkatu hauetan kokatzeko helburua lortzeko alegia.



Iturria: Estatuko turisten jatorria. Eustat 2017

3.3 BISITAREN MOTIBAZIOA

Txotx garaian hurbiltzen diren bisitarien **motibazio nagusia**:

Bisitaren motibazio erreala zein den ez da jasotzen, txotx garaiaren barruan izanik Sagardotegira joatea izan daitekeela pentsatu dezakegu, ala ere eskatutako informazioaren barruan Informazio orokorra, mendi ibilbideak edota informazio praktikoa dira (garraioa). Turismo eskaintzari buruzko informazioa eskatzen bada ere ez dirudi motibazio nagusia denik.

Txotx garaitik kanpo hurbiltzen diren bisitarien motibazio nagusia:

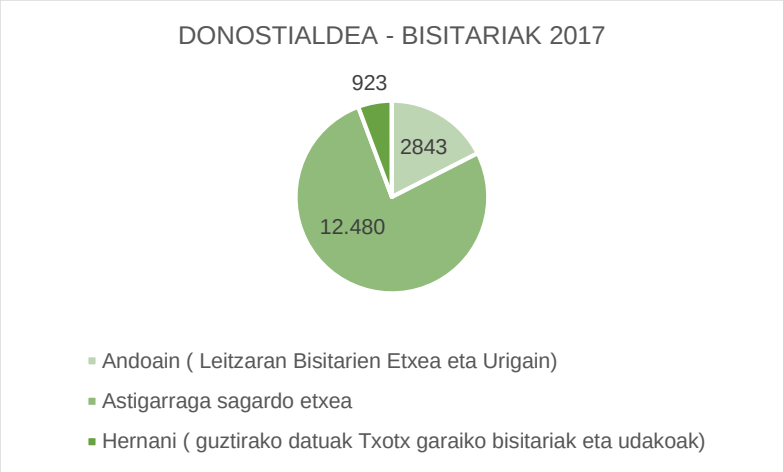
2017ko uztaila eta abuztuko datuak aztertuta, bisitariak informazio orokorra eskatzen duela ikusi dezakegu (*Hernanin zer egin, Zer ikusi, bizikletan ibiltzeko mapak, Kaskoan zer ikusi, Ibilbideak, Eskualdeko informazioa…*). Beraz, bisitariak (ez dakigu turista edo txangozalea den) herriko eskaintzaren berririk ez duela antzeman dezakegu eta beraz, motibazio nagusia zein den ondorioztatzea ere zaila da.

Galdetegia Enpresa Turistikoak	Kasu gehienetan *aisia* azpimarratu da motibazio nagusi dezala. Hala ere, kontuan hartu behar dugu alojamenduen kasuan, *lana-negozio bidaia* bisitaren arrazoi bezala agertu dela eta Hernanik duen inguru industriala ikusita lan ildo bat izan daitekeela.

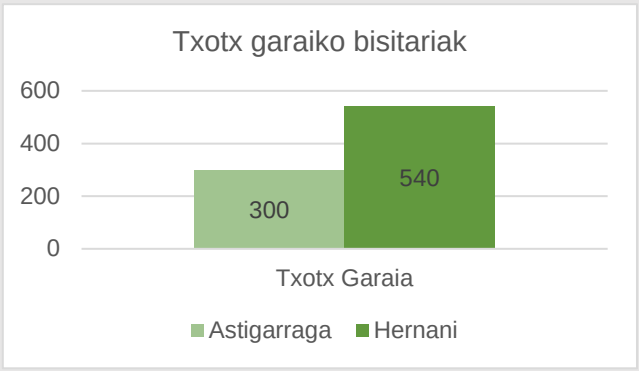
ESKUALDEAN ZER?

Jasotako bisitariak

Ondorengo analisiak eskualdeak jasotzen dituen bisitarien inguruko ikuspegi orokorra azaldu nahi badu ere, informazioa jasotzeko eredu ez bateratuak eta informazio puntu bakoitzaren ezaugarriak direla eta, analisia baldintzatzen dute. Aipatu ere, datu hauetan ez dela turista edota txangozaleen arteko bereizketarik egiten eta, beraz, emaitzak testuinguru horretan aztertu behar direla.



Alde handiarekin Astigarragako Sagardoetxeak jasotzen ditu bisitari gehien. Guztira 18.946 pertsona hurbildu ziren eskualdeko informazio puntuetara.[2]



Bestalde, txotx garaiko bisitariari dagokionean Hernanik[3] %64,2 jasotzen ditu, Astigarragak %35,7a.

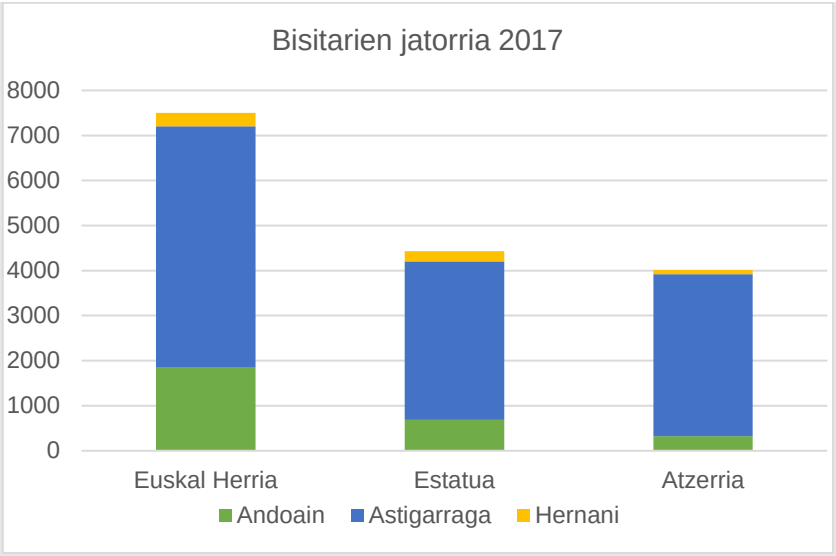
Bisitaria / JATORRIA:

Eskualdeak gertuko bisitaria jasotzen du batez ere gaur egun, estatukoak eta atzerritarren atzetik. [4]

[2] Kontuan izan beharrekoak: Hernaniko kasuan urte osoko datuak jasotzen dira. Datuak informazio puntuak erakusten duten egutegi eta ordutegiari dagozkio kasu guztietan. Iturria: Hernaniko Udala, Sagardo etxea, Leitzaran Bisitarien etxea eta Andoaingo udala.

[3] Hernaniko bisitarien datuetan hernaniarren bisitak ere jasotzen dira.

[4] Hernani: Hernaniarrak ere datuetan jasotzen dira, udalak jasotzen dituelako: urtarrila, maiatza, ekaina, iraila, urria, azaroa eta abenduko datuek ez dira jaso. Iturria: Hernaniko Udala
Andoain: Nafarroako biztanleak Estatukoak bezala jasotzen dira.



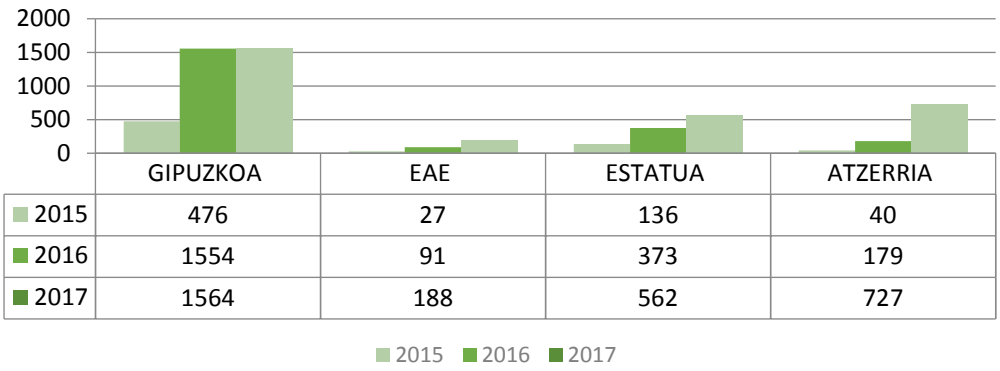
SAGARDOETXEA (Astigarraga)

SAGARDOETXEAKO BISITARIEN JATORRIA								
	2014		2015		2016		2017	
	Bisitariak	%	Bisitariak	%	Bisitariak	%	Bisitariak	%
Euskal Herria	5897	50%	5556	45,88%	4497	36,30%	5362	42,97%
Espainia	4010	34%	4568	37,72%	4924	39,74%	3522	28,22%
Europa	1415	12%	1587	13,11%	2342	18,90%	2410	19,31%
Amerika	236	2%	240	1,98%	358	2,89%	883	7,08%
Asia	118	1%	78	0,64%	110	0,89%	186	1,49%
Afrika	0	0%	0	0	58	0,47%	11	0,09%
Ozeania	118	1%	80	0,66	101	0,82%	106	0,85%
DENERA	11.794		12.109		12.390		12.480	

- Euskal Herriko biztanleen presentzia ia bisitarien erdia suposatzen du. 2014tik 2016. Urtera bisitarien jaitsiera bat antzeman badaiteke ere 2017an goranzko joera azaltzen du. Estatuko bisitariak aldiz urteetako igoera jarraituaren ondoren beranzko joera agertzen du 2017. Urtean.

  Europako bisitarien presentziari dagokionean azkenik progresiboki handituz doa ikusi dezakegu urtez urte.

ANDOAIN

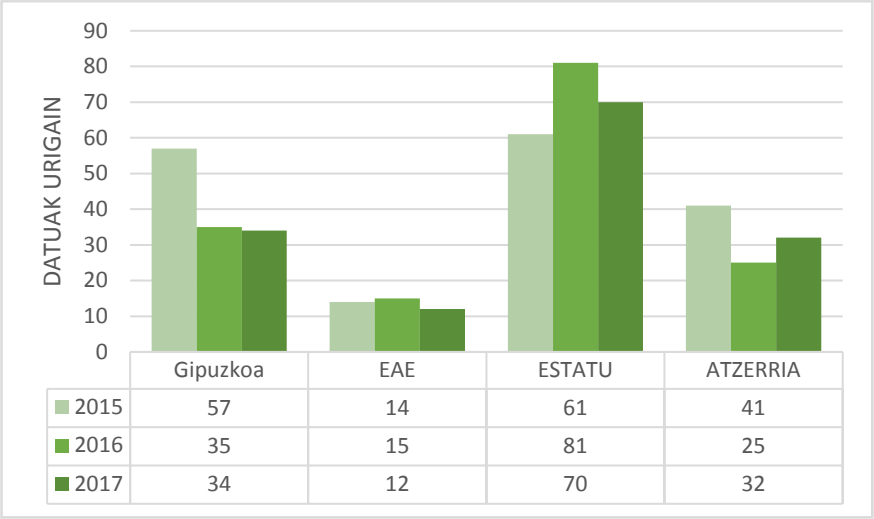


	GIPUZKOA	EAE	ESTATUA	ATZERRIA
2015	476	27	136	40
2016	1554	91	373	179
2017	1564	188	562	727

Azken hiru urteetan bisitarien bilakaera positiboa izan dela antzeman dezakegu; alboko eskualdeetako bisitari kopuruak gora egin du (2015etik 2016ra batez ere) eta gainontzeko jatorrien kasuan ere, bilakaera goranzkoa izan da.

Estatuko bisitariei dagokionean, Madril eta Kataluniakoak dira Andoaingo harrera guneetara gehien hurbiltzen direnak, Euskal Autonomi Erkidegoak eta Nafarroak erakusten duten joera jarraiki. Aipatzekoa da, 2017an Andaluziatik etorritakoak ere ugari izan zirela.

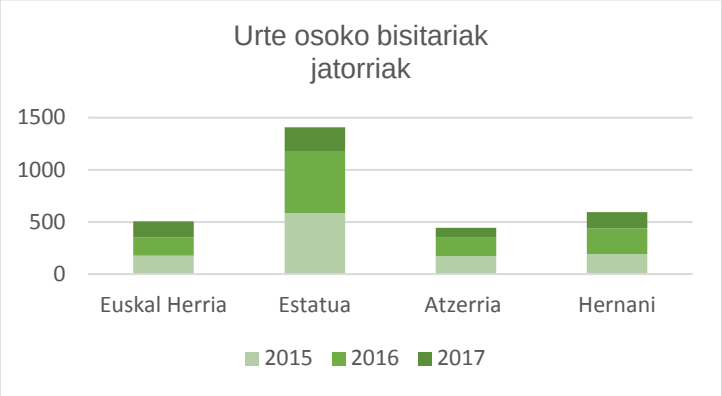
Atzerritarren artean, frantsesak eta alemaniarrak dira gehienak.

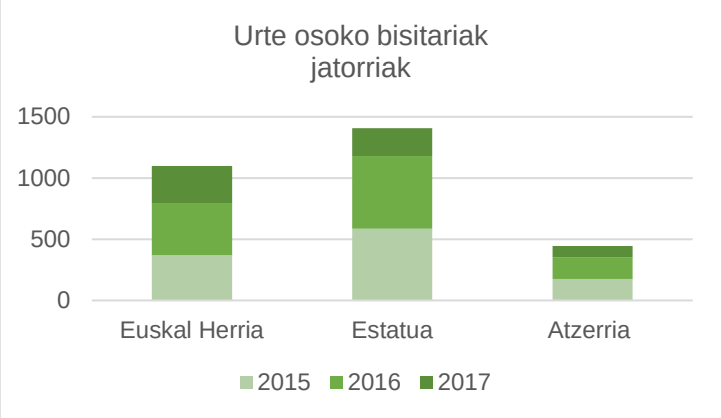


	Gipuzkoa	EAE	ESTATU	ATZERRIA
2015	57	14	61	41
2016	35	15	81	25
2017	34	12	70	32

Batez ere Espainiar estatuko bisitaria gerturatzen da Irugaingo informazio bulegora eta gorazko joera azaltzen duen segmentu bakarra.

HERNANI





Aurreko kasuetan ez bezala estatuko bisitariak kopuru altuena erakusten dute. 2017an aldiz joera nabarmen baxuagoa erakusten dute eta Euskal Herrikoak joera altuagoa. Hala ere garaikotasunak (Txotx garaia eta udarako datuak) irakurketa baldintzatzen du.

Azkenik aipatu atzerritarren presentzia ere gutxituz joan dela eta hernaniarrak kopuru oso altua direla Euskal Herriko (Iparraldeko datuak ez dira jasotzen) bisitarien artean.

Bisitariak / TIPOLOGIA:

Orokorrean ez da bezero nitxo berezirik identifikatzen, ez motibazio ezta tipologiari dagokionean ere. Sagardoetxea (Astigarraga) edota Leitzaran Bisitarien Etxea (Andoain) museo eta interpretazio zentroak izanik, talde eta ikastetxeentzako eskaintza berezia egiten dute, ez aldiz Hernaniri dagokionean.

SAGARDOETXEA

	SAGARDOETXEAKO BISITEN ESTADISTIKAK							
	2014		2015		2016		2017	
	Bisitariak	%	Bisitariak	%	Bisitariak	%	Bisitariak	%
Banakakoak	5190	44,01%	5331	44,03%	5180	41,81%	5362	42,96%
Hezkuntza	2700	22,89%	2742	22,64%	2269	18,31%	2250	18,02%
Taldeak	3904	33,10%	4036	33,33%	4941	39,88%	4868	39,02%
DENERA	11.794		12.109		12.390		12.480	

Datu gehiago ez izateak irakurketa baldintzatzen badu ere, ondorio orokorrak atera ditzakegu; Oro har, norbanakoak, ikastetxeak eta taldeek urtez-urte joera berdina erakutsi dute. Taldeek goranzko joera apala adierazten dute azken urteetan.

ANDOAIN

Turisten bidaiatzeko moduari dagokionez, Leitzarango Bisitarien Etxera bikote helduak eta familiak datoz gehienbat, lagun taldean edota bakarka bidaiatzen dutenen aurretik, hurrenez hurren. 2016.urteko bisitari motak erreparatuz, ez da aldaketa nabarmenik antzeman.



HERNANI

Hernaniko turismo bulegoan ez da turistaren perfilaren inguruko informazioa jasotzen, ezta bidaiatzeko moduan ingurukoa ere.

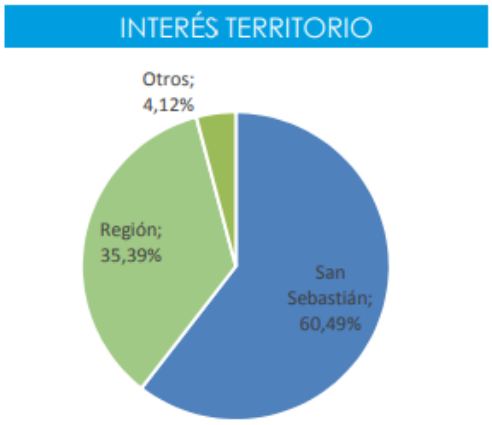
Bisitaria / KONTSULTAREN ARRAZOIA:

Udalerri bakoitzeko informazio turistiko orokorra eta mendi ibilbideak dira orokorrean Hernaniko informazio puntuan (kasetan) eta Leitzaran Bisitarien Etxean gehien egiten den informazio eskaria. Aipagarria da, zentzu honetan, Andoaingo udaleko informazio puntutik pasatzen diren pertsonen artean Done Jakue Bidean inguruko argibideak eskatzea askotan

azaltzen direla urtez-urte. Bisitarien kontsultaren arrazoiaren inguruko informazioa ez da Astigarragako turismo bulegoan jasotzen.

SS Region Donostiako Turismo Bulegoa

2016. urtean zabaldu zituzten SS Region-eko Donostiako Boulevard-ean kokatzen den turismo bulegoa. Urte horretan jaso zituzten bisitari guztien informazio eskarien %35a probintzian inguruan izan ziren, hau da, Donostia hiriburutik kanpo beste zonaldeen inguruko informazioa eskatu zuten. Kasu honetan, Urola Kosta, Bidasoa eta Donostialdea izan ziren bisitarien intereseko eskualdeak. Beraz, datu hauek Donostialdean interesa eta jakinmina dagoela erakusten dute.



REGIÓN

COMARCA	%
UROLA COSTA	**39,30**
BIDASOA	16,17
DONOSTIALDEA	12,19
OARSOALDEA	11,37
TOLOSALDEA	5,84
GOIERRI	5,62
UROLA GARAIA	3,37
UROLA ERDIA	2,82
DEBAGOIENA	2,33
DEBABARRENA	2,00

Iturria: Gipuzkoako Turismo Behatokia, GFA, 2016. urteko txostena.

Bisitaria / GARAIKOTASUNA:

- **Sagardoetxea** (Astigarraga): iraila-azaroa bitartean jasotzen ditu bisitari gehien.
- Andoain:

Leitzaran Bisitarien Etxea: uztaila eta abuztuan jasotzen ditu bisitari gehien.

Urigainek ere udaran jasotzen ditu bisitari gehien baina azken urteetan ekaina eta irailean bisitari kopurua handitzen doala ikusi ahal izan dugu.

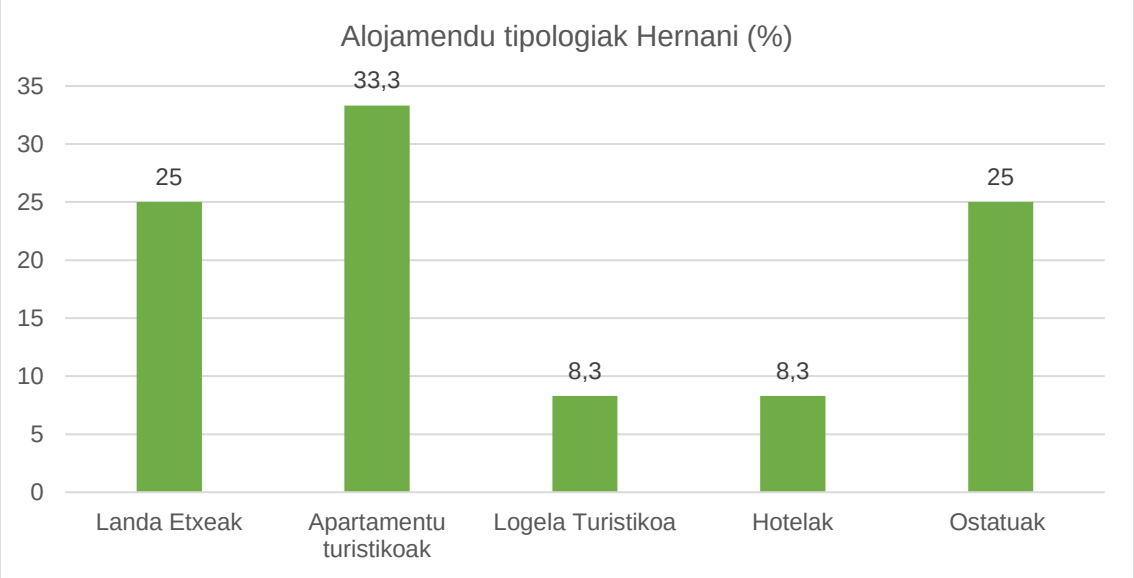
- **Hernaniko Udala:** Txotx garaian jasotzen ditu bisitari gehien Biteri Kultur Etxeko plazan egokitzen den informazio puntuan.

4 TURISMO SEKTOREAREN ANALISIA

Etorkizuneko pausoak zehazteko, turismo sektorearen egungo errealitatearen argazkia zehaztea ezinbestekoa da. Argazki hau osatzeko, Eusko Jaurlaritzak duen “Open Data Euskadi” datu basea, 2013an garatutako “Hernaniko iraunkortasunerako diagnostikoaren” txostena, lan honen baitan egindako galdeketen emaitzetan eta udalak erraztutako dokumentazioan oinarritu gara.

4.1 Alojamenduak eta hauen ezaugarriak

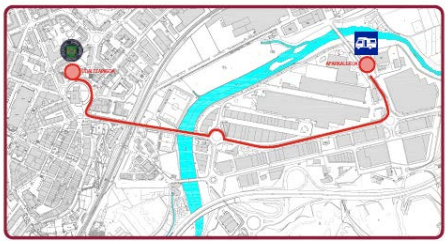
Alojamenduei dagokienez, hauen tipologia eta ezaugarriak aztertu ditugu, Hernanik duen eskaintza zein motatakoa den ezagutzeko. Honen araberakoa izango baita bertaratzen diren bezeroen perfila ere (maila ekonomikoaren, kokapen lehentasunen edota zerbitzu osagarrien beharraren arabera hautatuak izaten baitira alojamenduak orokorrean).



Gaur egun guztira, **12 establezimendu daude herrian**: hiru ostatu (%25), lau apartamentu turistiko (%33.3), logela turistiko pribatu bat (%8.3), bi landetxe (%25) eta hotel bakarra dago (%8.3).

Azken urteetan, alojamendu kopuruak gorakada bat izan duela esan dezakegu, izan ere, aurretik aipatutako 2013ko txostenean, zazpi establezimendu azaltzen ziren soilik (bi ostatu, hotel bat, eta lau landetxe).

12 negozio hauek, **187 ohe** eskaintzen dituzte guztira. Datu hauek ikusita, eta gaur egungo turismo ostatu-mota desberdinak aztertu ondoren, ondoriozta dezakegu azken urteetan gertatu den gorakada hau, eskaintza aukera berri gisa sortu den etxebizitza-turistikoen ereduari lotua doala (apartamentu turistikoak batik bat). Izan ere, 2013. urtean okupazioan datuetan eraginik ez zuen alojamendu tipologia bazen ere, gaur egun, plaza kopuru totalaren %30,8 suposatzen du Hernanin, guztietan gehiengoa. Datu honek, Hernanin sortzen ari den turismo-modeloaren baitan iraunkortasunari dagokionean hausnarketa egiteko gaia da.



Azterketa honen baitan, **autokarabanak aparkatzeko araututako gune** bat ere identifikatu da, Ibaiondo Industrialdean kokatutakoa (datu objektiboen faltagatik, tipologia hau ez dugu azterketan kontuan izan). 38 plazako aparkaleku bat da, baino ez dago guztiz egokitua gaur egun. Autokarabana edota *camper*-ean bidaiatzen duten turistek, zerbitzu minimo batzuk behar dituzte horrelako lekuetan gaua pasatzea erabakitzeko. Erdigunetik zertxobait urrun geratzen da eta guneak zerbitzu eta azpiegitura gabeziak dituela identifikatu da prozesuaren baitan eginiko bilera partehartzaileetan: komunak, elektrizitatea eta turismo seinalizazioa, esate baterako. Interneten eginiko bilaketan, “Furgoperfecto” aplikazioan beste hiru aparkaleku identifikatu dira Hernaniko herrigunetik askoz ere gertuago. Honekin ondorioztatu dezakegu, bezero mota honek Hernaniko herria errefentzia modura daukala honelako geldiuneak egiteko. Gaur egungo aparkaleku arautuan bezero nitxo honi bideratutako zerbitzuen kalitatea hobetu eta erraztasunak jarriko balira, aukera berriak uztartzeko gunea izan daiteke. Aparkalekuan erakusten den araudiak dionez, bertan aparkatzeko Hernaniko udaltzaingoan txartel bat jaso behar da eta gehienez bost gau igaro dezake ibilgailu bakoitzak bertan. Kontrol-sistema honen jarraipenik egiten den ez da ziurtatu, dena den, ez da oso sistema praktikoa eta bideragarria suertatzen bidaiari zein kudeatzaileen aldetik. Aparkalekua erabili duten bezero kopuruaren datua ez dago eskuragarri, ez baita inongo kontrolik eramaten.

Taula: Ostatuen zerrenda, tipologia, plazak, okupazio portzentaia, erregistro zenbaki ofiziala.

IZENA	TIPOLOGIA	Logelak Apart	BEZEROAK	PLAZA KOP.	Plaza kop. %	ZENB. IDENT
BELAZARTE	Landa Etxea	Etxe osoa, kabaina	Taldea handiak/ txikiak Familiak	22		XSS00023
PARDIOLA	Landa Etxea	Logela bikoitzak eta bi ohekoak	Bikoteak	10		HSS00764
ARRAIGORRI	Landa Etxea	Logela bikoitzak+ ohe gehigarri edo *sofacama*. Apartamentuak + ohe gehigarri edo + 4 ohe gehigarri. Etxe osoa	Bikoteak, Familiak, Talde handiak/txikiak	20	% 25.9	-
TXINTXUA	Hotela	Logela indibiduala eta familiarrak, bikoitzak + ohe gehigarria haurrentzat,	Bikoteak, Familiak, Talde txikiak, Norbanakoak	38	% 18.9	HSS00638
ANZIZAR	Ostatua	Logela bikoitzak eta indibidualak	Bikoteak, Norbanakoak	11		HSS00422
ARROBI OSTATUA	Ostatua	Logela indibidualak, bikoitzak, hirukoitzak	Bikoteak, Norbanakoak	22	% 23.4	HSS00733
ZINKOENEA OSTATUA	Ostatua	Logela bikoitzak, hirukoitzak	Bikoteak, Norbanakoak Familiak	14		HSS00637
Habitación cerca de San Sebastian	Logela Turistikoa	Logela bikoitza	Bikoteak, Norbanakoak	2	% 1	LSS00118
Maravillosa villa con piscina	Apartamentua	Logela bikoitzak + supletoria	Bikoteak, Familiak, Talde txikiak, Norbanakoak	10		-
Apartamento coqueto	Apartamentua	Logela bikoitzak	Bikoteak, Norbanakoak	2		ESS00320
ALDAGAIA	Apartamentua	Apartamentuak, logela bikoitzekoak, + *sofacama*	Bikoteak, Familiak, Talde txikiak, Norbanakoak	16	% 30.8	TSS00028
Apartamentos Florida 30	Apartamentua	Apartamentuak bikoitzak + *sofacama*, bostekoak, seikoak	Bikoteak, Familiak, Talde txikiak, Norbanakoak	34		TSS00068
GUZTIRA				201	100%	
AUTOKARABANA APARKALEKUA	Arautua- 38 plaza		Bikoteak Familiak		-	-

Eskaintzen dituzten zerbitzuei dagokionean, aldiz, ondorengoa litzateke erradiografia orokorra:

- Internet zerbitzua: gehiengoek WIFIa doan eskaintzen diete bezeroei. Aldiz, landa eremuetan aurkitzen den alojamenduetako batek, egindako inkestetan islatu

zuenaren arabera, estaldura arazoak direla medio, kalitatezko internet zerbitzua eskaintzea ezinezkoa egiten zaie.

- Gosariari dagokionez, apartamentuek ez ezik, beste motatako alojamenduek, beraien eskaintzaren barruan barneratzen dute.
- Bezero mota (instalakuntzei dagokienez): Taldeak hartu ditzaketen alojamenduak %18.8a dira (%6,3 Taldeak 7tik gora, %12,5 Talde txikiak), bestetik, Familia nukleoa hartatzeko prestatu daudenak identifikatu ditugu , ohe gehigarria edo , Bikoteak hartzeko %34.4, Norbanakoak %28,1.
- Bestetik, aipatu landa etxeen kasuan, etxe guztia alokatu (etxe osoa zein gelaka aukera, %33.3) edota gelak bakarrik alokatzeko (%33.33) aukera eskaintzen da.
- Alojamenduen %66.7ak mugikortasun urriko pertsonei egokitutako instalazioak dituzte, %33.7a aldiz, ez dira irisgarriak.
- Batazbesteko egonaldia, 2-3 gaukoa dela diote inkesta erantzun duten alojamenduen %100ak. Kontutan eduki behar da, egonaldi hauek, asteburutara lotutako egonaldiak direla oro har eta baita negozio-lan motibazioagatik bertaratzen diren bezeroen gehiengoak gau bat baino gehiago igarotzen dutela bertan.
- Ostatu gehienek ez dute jarduera osagarririk eskaintzen bezeroei (turismo aktiboko jarduerak, bisita gidatuak, gastronomia...). Alderdi hori hobetzeko dago, turismo enpresen artean sinergiak sortu eta eskaintza turistiko osatu bat lortu ahal izateko. Izan ere, inkestatutako ostatuen %33ak soilik beste turismo eragileekin batera lan egiten du, eta %100ean interesa dute honelako sinergiak sortzeko.
- Kalitate zigiluei dagokienez, Udalak erraztutako datuen arabera, Hernaniko alojamenduak ez dute SICTED kalitate turistikoaren programan parte hartzen gaur egun.

Turismoaren sektoreko diagnostiko hau burutzeko prozesu partehartzailean, sektore pribatuarekin egindako bilkuretan egungo errealitate turistikoaren alde negatibo eta positiboak identifikatu ziren eta, bertan, alde negatiboen artean, besteak beste, Hernaniko **eskaintza eskasa eta hau komunikatzeko eta saltzeko ezjakintasuna** identifikatu ziren.

Honekin batera, sektorearen arteko eta sektore publiko-pribatuaren arteko elkarlana ere beharrezkoa dela azpimarratu zen.

Alde positibo bezala, bertako baliabide kultural eta naturalak identifikatu ziren: “Herri izaera berezia duen herria da, herri bizia eta euskaldunen ezaugarriekin lotutako elementuak biltzen dituen kosmosa” eta “Donostiarekiko gertutasuna”.

Alojamendu kopuruaren gorakadak, Hernaniko sektore turistikoaren indartzea ekarri duela esan dezakegu eta, honekin batera, gaua Hernanin egiten duten turisten kopurua handitzeko aukerak gehitzen dituela.

ESKUALDEAN ZER?

HERNANI DONOSTIALDEKO UDALERRIEKIN ALDERATUTA

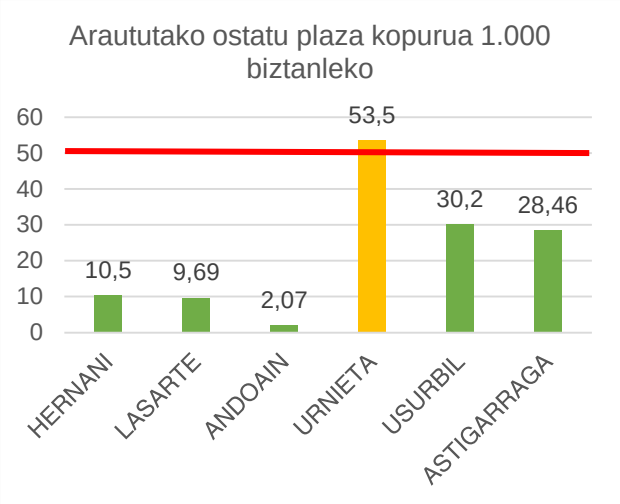
Donostialdea osatzen duten 6 udalerrien artean 49 alojamendu daude guztira, 1067 plazarekin.

HERRIA	PLAZA KOPURUA	Plaza %	KOP.	Biztanle kop. / TAMAINA	1000 biztanleko plaza kop.
HERNANI	201	% 18.3	12	20 003 bizilagun	10.5
LASARTE	176	% 16	2	18 166 bizilagun	9.69
ANDOAIN	31	% 2.8	3	14.929 bizilagun	2.07
URNIETA	334	% 30.3	13	6 242 bizilagun	53.50
USURBIL	186	% 16.9	11	6 159 bizilagun	30.20
ASTIGARRAGA	173	% 15.7	8	6 077 bizilagun	28.46
GUZTIRA	**1101**	**% 100**	**49**	**71.576 biztanle**	**15.38**

Eskualde mailan, udalerrien biztanle kopurua, eskaintzen duten alojamendu plazekin alderatzen badugu, aipatzekoa da, tamainaren arabera handienak diren udalerriak direla alojamendu eskaintza gutxien dutenak (Andoain, 3 alojamendu, %3ko plaza kopuruarekin eta, Lasarte, 2 alojamendu %16ko plaza kopuruarekin, esate baterako). Udalerri txikienak, ordea, eskaintza gehien biltzen dute (Urnietak, 13 alojamendu ditu %31ko plaza kopuruarekin eta, Usurbilen kasuan, 11 alojamendu, guztirako %17ko plaza kopuruarekin, esate baterako) Kasu honetan, Hernani erdibidean mantentzen da, izan ere, eskualdean biztanle gehien dituen udalerria izanda, 12 alojamendu eta eskualdeko %17ko plaza kopurua du.

“Araututako ostatu plaza kopurua 1.000 biztanleko” datuak aztertzeko, ondorengo taulako indikatzailea edukiko dugu kontuan (“*Análisis económico y medioambiental del turismo en Gipuzkoa*”, 2017 txostenean aplikatua):

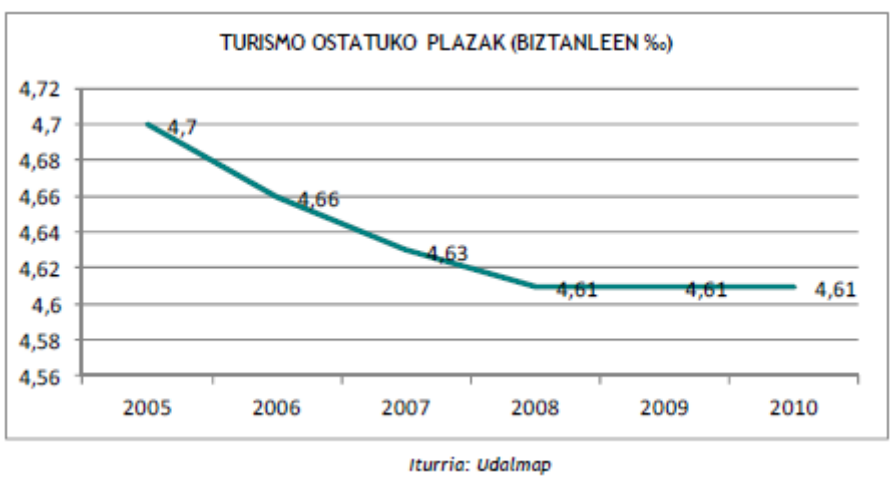
INDIKATZAILEA	Ebaluaketa irizpideak		
	Gorria	Horia	Berdea
Araututako ostatu plaza kopurua 1.000 biztanleko	100 baino gehiago	50 eta 99 bitarte	49 edo gutxiago



Gauzak horrela, Urnietako udalerria nabarmentzen da guztien gainetik, 1000 biztanleko 53.5 plazarekin eta, jarraian, Usurbil 30.20 plazarekin. Ebaluaketa irizpideak kontuan hartuta, Urnieta izango litzateke eredu horian dagoen udalerria, biztanleko ostatu tasa altuenarekin, eta naiz eta Usurbil eta Astigarragako datuak ere altuak izan, irizpidean eredu berdearen barne kokatzen dira. Jomuga iraunkor bat lortzearen helburuari jarraituz, bizilagunen ongizatea bermatzeko eta masifikazioa saihestu eta ekiditeko, kontutan hartzeko indikatzailea da hau.

HERNANIK PLAZA KOPURUA BIZTANLEKO

Hernaniko ostalaritza sektoreak izandako eboluzioa aztertzeko, “2013.urtean garatu zuten tokiko Iraunkortasun diagnostikotik” honako datu hauek lortu ditugu gaur egungo datuekin konparatu ahal izateko.



Iturria: Udalmap

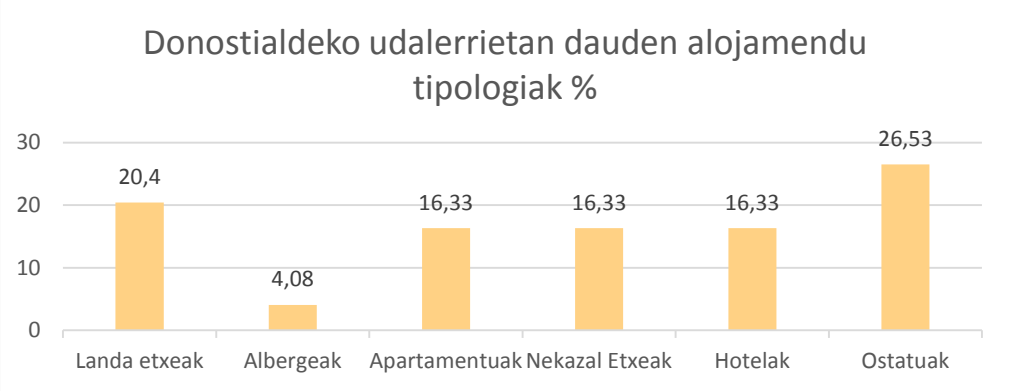
2010. urtean, 7 establezimendu zeuden (2 ostatu, hotel bat eta lau landa turismo). Ostatu eskaintza, mila biztanleko 4,61 plazakoa zen, eta grafikoan ikus dezakegun moduan, beherakada bat jaso zuen azken 5 urtetan (2005-2010). Honetaz gain, momentu hartan Gipuzkoako datuetatik oso urrun kokatzen zen, Gipuzkoak mila biztanleko 24.91 ostatu plaza zuelarik. Gaur egungo datuak aztertuz gero:

- 20.003 Biztanle
- 12 ostatu (3 landa etxe, 3 ostatu, hotel bat, 4 apartamentu turistiko negozio, logela turistikoa)

Hernanik, mila biztanleko 10.20ko ostatu plazak ditu gaur egun (2017-2018). Azken 8 urte hauetan gorakada nabarmena izan duela ikus dezakegu, mila biztanleko plaza kopurua ia hirukoiztu baita. Sortu diren ostatu berriek izan dute datu honetan eragina (7ostatutik-12ra pasaz). Hernaniko ekonomian turismoak duen garrantzia handituz doa eta honen ondorioz aukera berriak sortu dira ostalaritza sektorean.

ALOJAMENDU TIPOLOGIAK

Eskualdean dauden alojamendu motak aztertuz gero, eskaintzaren gehiengoa ostatuei eta landa etxeei dagokie, eta eskaintza urriena aterpetxe tipologiari dagokio (Done Jakue Bidea bertatik pasatzen dela kontuan hartuta, negozio aukera honetan hutsune bat dago).
Dena den, eskaintza nahiko zabala dela esan dezakegu. Hortaz, bezero perfil ezberdinetara egokitzeko aukera dago, behar eta nahi gehienetara egokitutako eskaintza aurkitu dezakete turistek Donostialdera etortzeko unean. Hala ere, aztertzekoak izan daitezke beste alojamendu tipologien aukerak (kanpinak esate baterako). Lan honen baitan, Hernaniko alojamenduei eginiko galdeketan ikusi dugu, bertaratzen diren bezero gehiengoaren perfila, taldeak, familiak eta bikoteak direla, hala eta guztiz ere, negozio bidaiengatik hurbiltzen diren bezeroak ere garrantzia hartzen doaz.



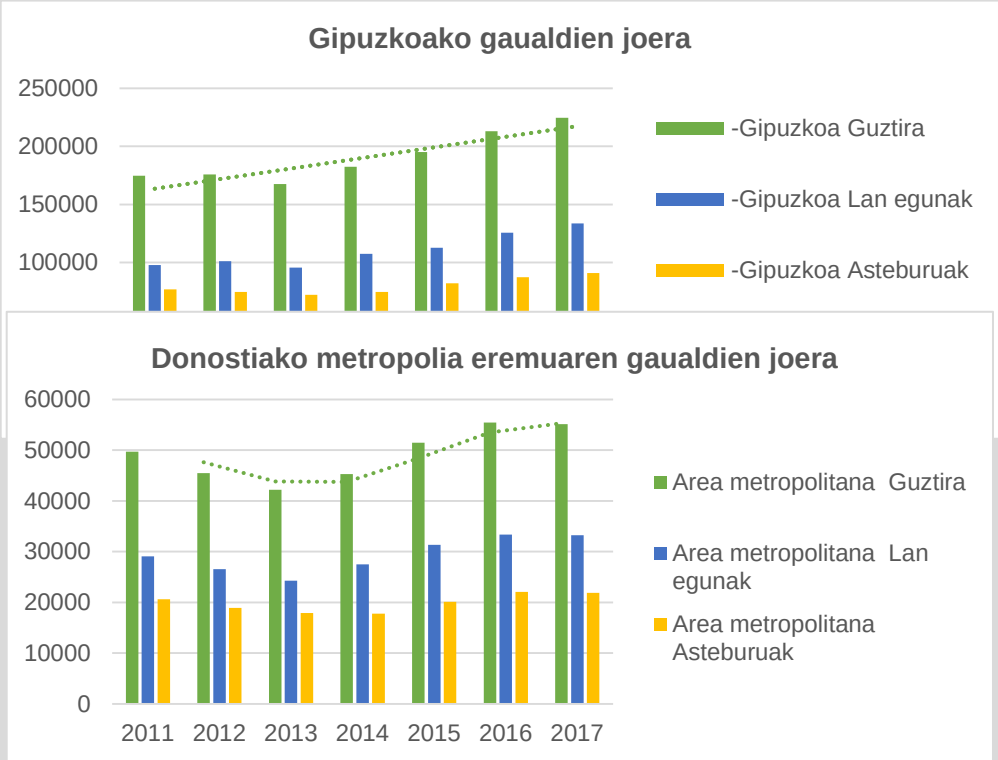
Lan honen harira egindako inkestek dioten moduan, hotelen eskaintza, enpresa mundutik

datozen turistei bideratutako eskaintza batean oinarritzen dira gehien bat, eta Landa etxe edota apartamentuak ordea, aisiagatik datozenetara. Kontuan edukitzeko datuak dira hauek, izan ere, bezero potentzial hauek identifikatua edukita, lanketa bat egin daiteke eta komunikazio indarra atzerriko bezeroei zuzendu ordez, bezero mota hauei zein zerbitzu eta produktu osagarri eskaini ahal diogun pentsatu dezakegu, bertaratzen direnean, bertakoa ezagutu eta beraien esperientzia, esperientzia osoa eta aberasgarria izateko.

Donostialdeak duen alojamendu eskaintzaren bilakaera aztertuta, 2011ko datuekin alderatuz, igoera nabarmena izan da. Noski Consulting-ek egin zuen 2012-2015 Turismoaren Dinamizaziorako Planean zehazten zen moduan, 2011. urtean Donostialdean 22 alojamendu zeuden, guztira 425 plazarekin. Gaur egun, ordea, lehen aipatu bezala, ia hirukoiztu da alojamendurako plaza kopurua eta ia bikoiztu alojamendu kopurua.

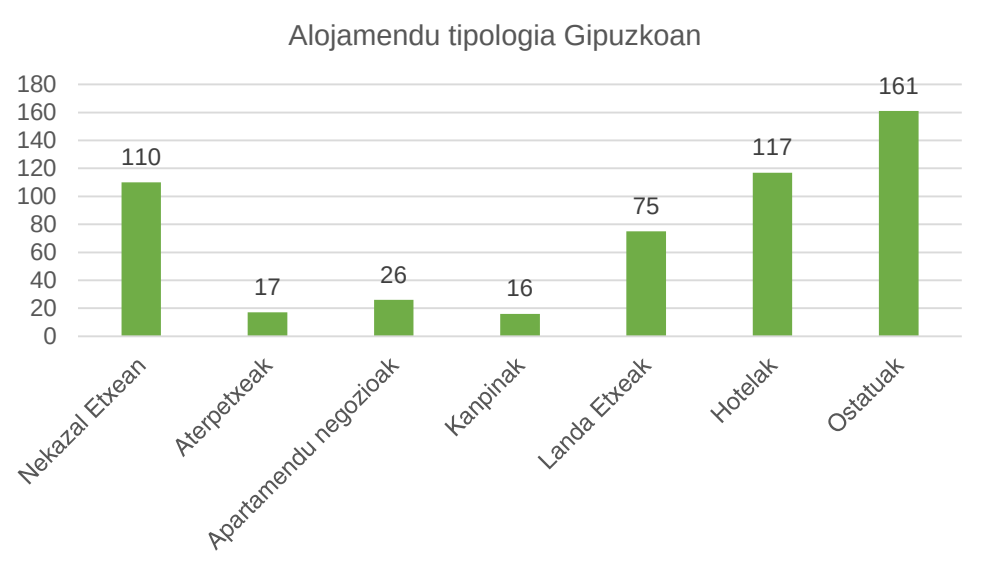
GIPUZKOAN ZER?

Eskualdean eta Hernanin turismoak geroz eta garrantzia handiago izan arren, datu falta nabaria dago bertan eta oso zaila egiten da bai eskualde edo eta udal mailan azterketa zehatza egitea. Horregatik, ondoren aurkituko dugun grafikoetan Gipuzkoa eta Donostiako Metropolia eremua alderatuko ditugu (*Metropolia: Hernani, Errenteria, Usurbil, Lasarte-Oria, Astigarraga. Eustat-ek egiten duen zonifikazioan oinarritua). Azken urte hauetan zehar turisten gaualdien joera zein izan den ikusteko.



Gipuzkoan, gorako joera nabaria da, bai turista/bisitari kopuruari begiratuz gero eta baita gaualdi kopuruari so eginez gero. 2016. Urtean 2 milioi turistako barrera gainditu zen urtea izan zen (2.179.877 turista) eta 2017. Urtean, errekorra handitu zen, turistekin. Honekin batera, gaualdiek ere, Gipuzkoa mailan gorako joera izan dute, 2017 urtean 224.607 gaualdirekin.
Metropoli aldean ordea, nahiz eta azken urte hauetan joera gorakorra eduki, azken urte honetan (2017) gaualdi kopuruak behera egin du, 2016. Urtean 55.456 gaualdi izatetik, 2017.urtean 55.142 gaualdi izatera.

Alojamendu tipologiari dagokionean, Gipuzkoa mailan Landetxe/Nekazaletxeak eta Hotelak dira guztien gainetik jartzen direnak, eta Hernaniko datuak aztertzerako orduan ere, ikusi ahal izan dugu Landetxe/Nekazaletxeen joera ere mantentzen dela.



Atal honetan, aipatzekoa da, Gipuzkoako alojamendu tipologia aztertzerako orduan, erregistratutako etxebizitza turistikoen datuak ezin izan ditugula lortu, eta beraz, errealitate turistikoaren argazkiaren ezinbesteko datua bada ere, hau ez da kontutan eduki. Gai hau arautzen duen Turismoaren Euskal Legean (uztailaren 28ko 13/2016 Legea: ETXEBIZITZA TURISTIKOAREN ERABILERA URBANISTIKOA ETA OHIKO ETXEBIZITZAKO ERABILERA TURISTIKORAKO GELEN ALOKAIRUA) barne dauden etxebizitza turistikoen azterketa prozesuan dago gaur egun.

4.1.1. Hernaniko alojamenduak: Okupazio tasa plaza kopuruko

Irakurketarako kontuan hartzeko datuak:

- *Eustatek momentuko alojamenduen araberako analisia burutzen du. Hernaniren kasuan bost, sei edo zazpi alojamendu identifikatzen dira urteen arbera. Apartamendu turistikoak estatistika erakundearen analisitik kanpo uzten ditu. (Oharra: Hernaniko udala, Behemendi eta Eustat-ek alojamendu kopuru ezberdinak ematen dituzte urte batetik bestera).*

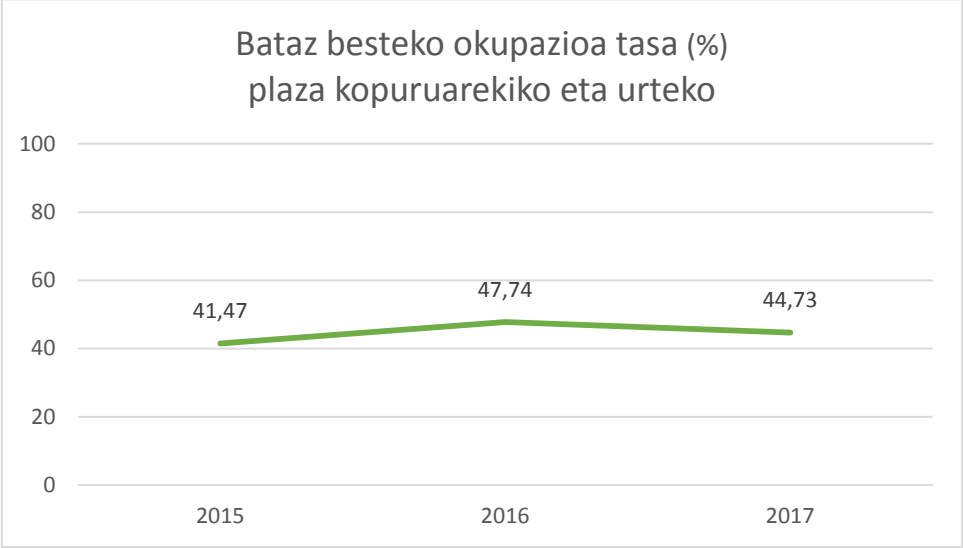
  Hau ikusirik, eta konfidentzialtasun datuak direnez, ezinezkoa zaigu alojamendu zehatzak zein diren eskuratzea.

- *Hilabeteko plaza kopuruko datuak dira, beraz, ezinezkoa da asteko edota aste egun-asteburu proiekziorik burutu.*

HERNANIKO OKUPAZIO TASA PLAZAKO

URTEA	HILABETEA	PLAZA KOPURUA	ALOJAMENDU KOPURUA	OKUPAZIO GRADUA PLAZAKO
2015	**1**	3.751	5	21,11
2015	**2**	3.399	5	28,27
2015	**3**	3.752	5	44,14
2015	**4**	3.452	5	33,49
2015	**5**	3.753	5	36,45
2015	**6**	3.632	5	35,30
2015	**7**	3.774	5	**64,60**
2015	**8**	3.582	5	**83,31**
2015	**9**	3.659	5	47,28
2015	**10**	3.571	5	43,32
2015	**11**	3.638	5	33,40
2015	**12**	3.501	5	27,08
2016	**1**	3.854	6	35,63
2016	**2**	3.809	6	34,92
2016	**3**	4.073	6	40,39
2016	**4**	3.903	6	37,48
2016	**5**	4.076	6	47,08
2016	**6**	3.908	6	52,00
2016	**7**	4.153	6	**74,64**
2016	**8**	3.973	6	**82,28**
2016	**9**	3.887	6	62,18
2016	**10**	4.110	6	41,65
2016	**11**	4.027	6	33,10

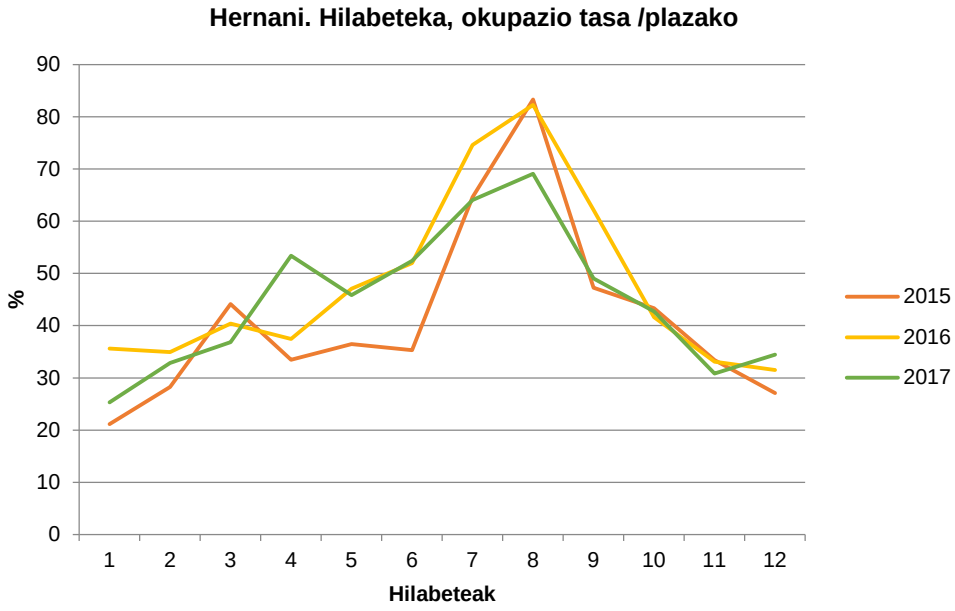
2016	**12**	3.594	6	31,52
2017	**1**	3.962	6	25,29
2017	**2**	3.760	6	32,87
2017	**3**	4.005	6	36,83
2017	**4**	3.869	6	53,37
2017	**5**	3.992	6	45,87
2017	**6**	3.856	6	52,39
2017	**7**	4.198	6	**64,05**
2017	**8**	4.009	6	**69,09**
2017	**9**	3.848	6	49,04
2017	**10**	3.979	6	42,75
2017	**11**	3.840	6	30,81
2017	**12**	3.748	6	34,47
2018	**1**	3.702	6	27,53
2018	**2**	4.541	7	28,94
2018	**3**	5.023	7	42,84
2018	**4**	3.856	7	41,26



- Bataz besteko okupazioa plaza kopuruko **%45**aren inguruan kokatzen da Hernanin, 2015-2016. urteetan erregistratu zen igoerarik handiena, 6,27 puntuko igoerarekin (alojamendu bat gehiago dagoela hartu behar da kontuan, ez dakigu alojamendu honek suposatzen dituen plaza kopurua). 2017. urtean aldiz beherazko joera antzematen da.

- Uztaila eta abuztuan ematen dira plazako okupazio tasarik altuenak. Irailak gero eta garrantzi handiagoa adierazten du.

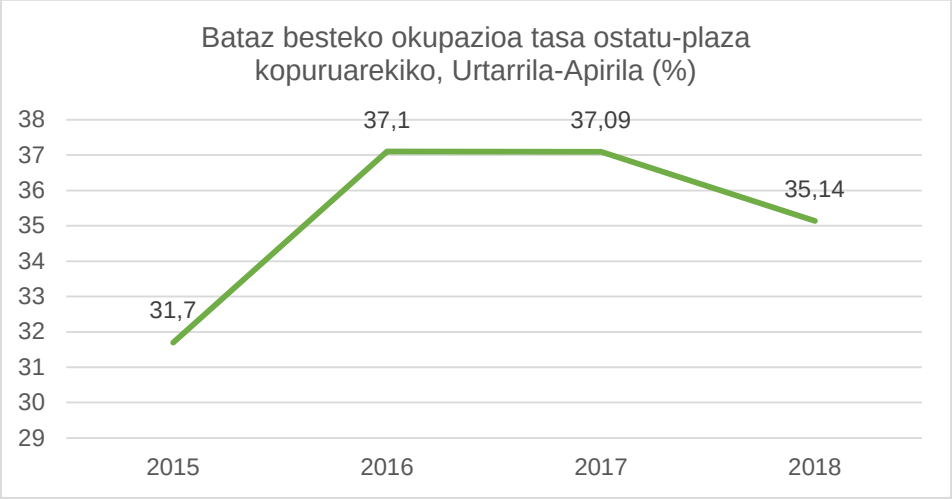
- Bataz besteko hilabeteko eguneko tasari dagokionean, 1,4ean kokatuko da azken hiru urteak kontuan hartuta.



Udarako garaiak eskaintzen ditu daturik altuenak (%65-tik gorako tasa urte guztietan), eta martxoa-apirila eta urrian %40-50 inguruan mantentzen da oro har. Hala ere, 2015. urteko udaran kopuru altuenak uztaila eta abuztura mugatzen direla ikusten badugu ere, hurrengo urteetan iraila eta ekaina batez ere indarra hartzen doazen hilabeteak dira.

Txotx garaiko hilabeteei erreparatuta, bataz beste 2016. urtean ematen dira daturik altuenak martxoa bitarte, aldiz 2017. urtean apirilan ematen den igoera aipagarria da, hilabete bereko 2016ko jaitsierarekin.

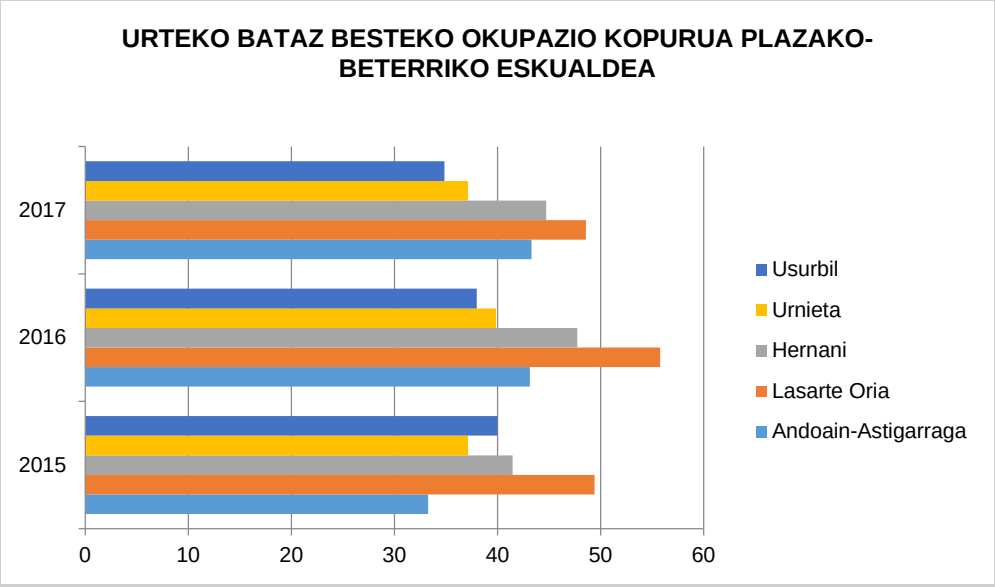
- **Txotx garaiari degokionean** (Urtarrila- Apirila), ez dira hilabeteka urteko bataz bestekoa baino kopuru altuagoak jasotzen; alderantziz, kopuru baxuagoetan kokatzen da. Baliteke datu hauen zergatia, neurri batean, asteburuetan soilik pilatzen den bisitari etorrera izatea eta, ondorioz, txotx denboraldi osoko okupazioa uste bezain altua ez izatea. Gaineratu behar dugu, alojamendu kopuruan igoera izan arren 2018. urtean, bataz besteko ekupazio tasa 2016 eta 2017. urtekoa baino baxuagoa dela.



Iturria: Eustat-ek emandako datuetatik eratorria. Garapen propioa.

(Gogoratu behar dugu Hernanira hurbildu den autobus kopurua 2018an %20ko igoera izan duela 2017. urtearekin alderatuz. Beraz, bisitari kopurua nabarmenki igo den arren, Hernaniko alojamenduetan gaua pasatzen dutenen kopuruak ez du hilabeteko bataz bestekoan eragin positiborik izan)

ESKUALDEAN ZER?



1Iturria: Eustat

Datuen interpretaziorako herri bakoitzeko alojamendu kopuru eta plaza/logela kopurua jakitea garrantzitsua da.

Urteko Bataz besteko datuak	2015			2016			2017		
	Aloj. Kop.	Plaza kop.	Gela kop.	Aloj. kop.	Plaza kop.	Gela kop.	Aloj. kop.	Plaza kop.	Gela kop.
Andoain-Astigarraga	7	3.270	1.509	7	3.422	1.617	7	4.903	2.105
Lasarte-Oria	3	5.471	2.933	3	5. 249	2.783	3	5.200	2.781
Hernani	5	3.622	1.835	6	3.947	1.891	6	3.922	1.887
Urnieta	11-12	10.038	5.174	13	10.417	5.329	13	10.542	5.116
Usurbil	9	4.301	2.204	9	5.104	2.303	9	5.044	2.169

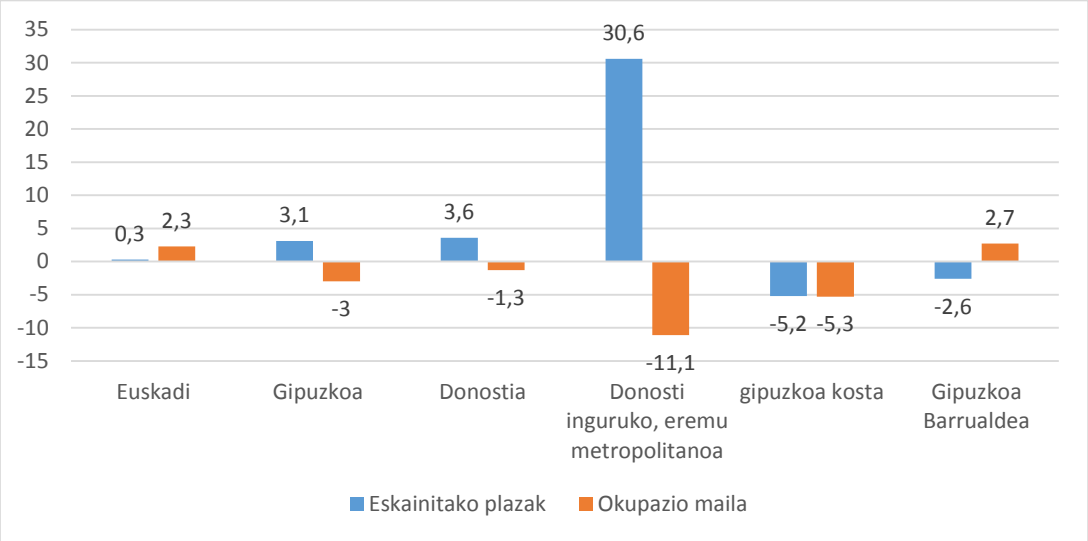
- Plaza gehien dituen herria Urnieta da eta bigarren postuan kokatzen da bataz besteko plaza kopuruaren okupazioan.
- Lasartek du, okupazio tasa altuena, eta alojamendu kopururik baxuena, plaza kopuruari dagokionean urnietaren atzetik kokatzen da. Hotelen islada da.
- Andoain-Astigarraga dira hiru urteetan okupazio tasan aldaketa handiena izan duten udalerriak %33,27tik 2015ean, 43,3ra 2017an. Eskualdeko udalerriek nahiko datu antzekoak eskaintzen dituzte hiru urteetan zehar.

EUSKAL AUTONOMIA ERKIDEGOAN ZER?

Gipuzkoako Foru Aldundiak argitaratutako azken txostenaren arabera, eremu metropolitanoari dagokion plaza kopuruak %30,6ko igoera izan du 2016tik 2017ra (340.058 plaza izatetik, 444.056 plaza izatera pasa da). Okupazioari degokionean, zenbaki negatiboetan kokatzen da bi urteak alderatuz (-5) %44,9ko okupaziotik 2016an %39,9ra 2017an. Hernaniko kasuan ere jaitsiera antzeman dezakegu baina kopuru baxuagoetan ikusi ahal izan dugun bezala (kontuan izan behar dugu, Oarsoaldea ere jasotzen dela eremuan).

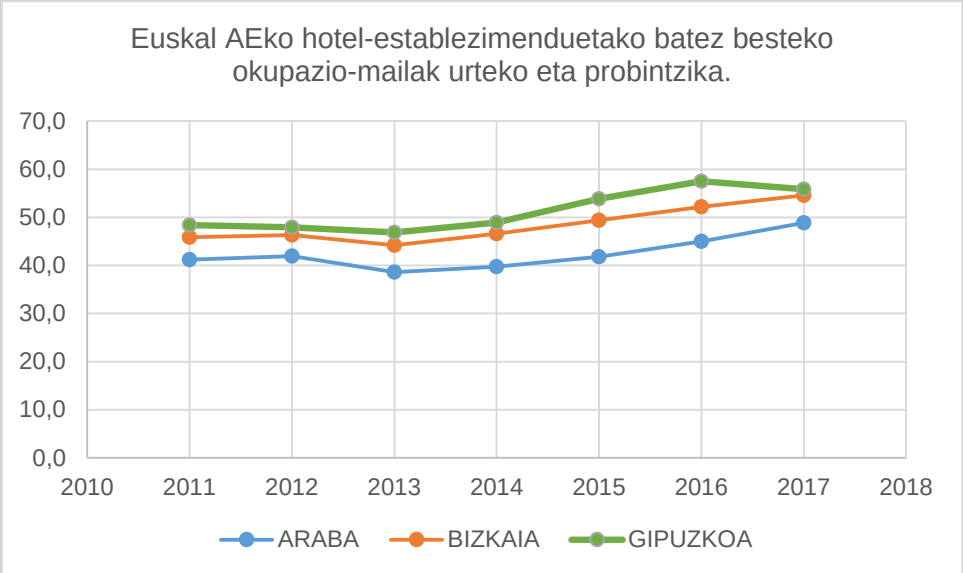
Bestetik aipatu, Gipuzkoaren kasuan %55,8an kokatzen dela okupazio tasa bataz beste, Hernanirena baino 11,07 puntu altuagoa.

Azpimarratzeko da, ingurune metropolotanoari dagokiola plaza kopuruetan izandako igoerarik handiena nabarmen, %30,6ko igoerarekin. Aldiz, okupazioari degokionean datu baxuenak eskaintzen ditu. Iraunkortasun klabeetan jarraipena egitea ezinbestekoa izango da.



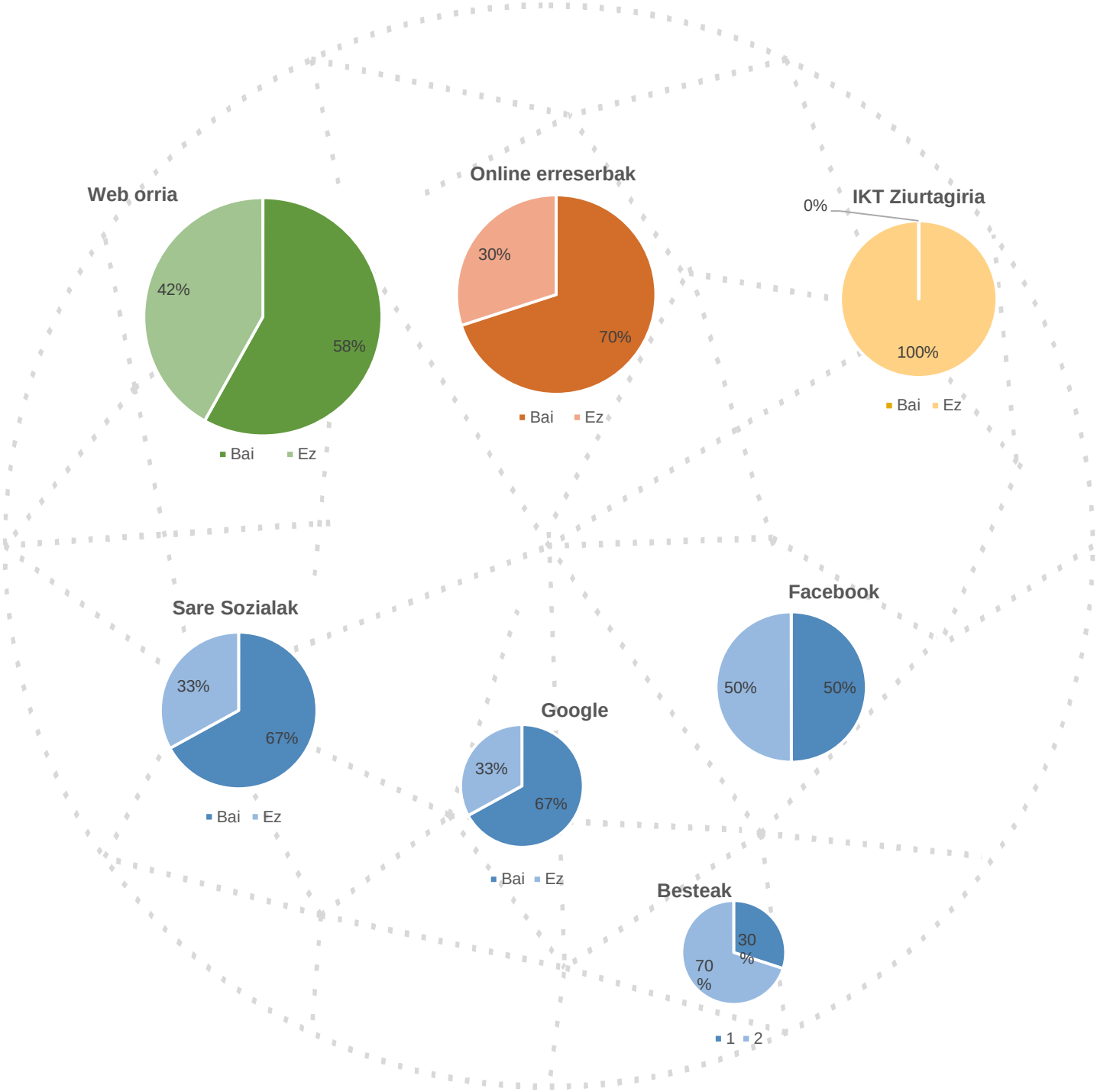
(Iturria: San Sebastian Region Behatokia, 2017. Jarduera turistikoko urteko txostena)

EAE testuinguruan Gipuzkoak dauka urtez-urte hotel-estableziomenduetako batez besteko okupazio-maila altuena, 2015. urtetik %50an gainetik mantentzen delarik. Hernaniko datuekin alderatuz, azken hiru urteetan probintziak erregistratu dituen okupazio-tasen azpitik gelditzen da.



Iturria: Eustat, Establezimendu Turistiko Hartzaileen Inkesta, 2018

4.1.2. Hernaniko alojamenduak: Komunikazioa eta promozioa



- Erdiak baino gehiagok dauka berezko **web orria (%58)**, hala ere, kontuan hartzekoa da, gaur egun dauden alojamenduen zenbateko altu bat apartamentuak direla, eta web orri propioa eduki ordez, alojamendu hauetan espezializatuak dauden Web gune orokorretatik soilik eskeintzen dutela beraien zerbitzua eta erreserba.
- Negozioen **%50ak** soilik ezagutzera ematen du bere alojamendua **Facebook**-eko sare sozialaren bitartez. (Kontuan hartu behar dugu ere, aurreko puntuan aipatutako apartamentu turistikoen datuen gabeziak puntu honetan eragina duela).
- **Google-ko perfilari** dagokionez, **%67**ak dauka perfila bilatzailean eta era zuzen batean geolokalizatuak daude Google Maps-en. (Kontuan hartu behar degu ere, aurreko puntuan esandako apartamentuen perfilak ere puntu honetan eragina duela)

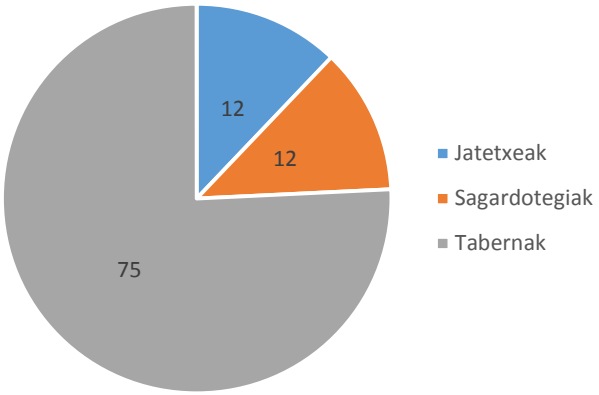


- Web orritik zuzenean erreserbak online egiteko aukerari dagokionez, soilik %25ak ematen du aukera hori (3 ostatuk). Dena den, alojamenduen %70ak erreserba onlineekin lan egiten du, OTAk erabiliaz, hauekiko dependentzia handia dutelarik (erreserba portalak: Airbnb, Trivago, Booking…). Gaur egun, promozio eta salmentarako kanal garrantzitsuak dira, baino dependentzia horrek dakarren arriskua ekiditeko aukerak aztertzea oso garrantzitsua da negozio hauen iraunkortasunari eta burujabetasunari dagokionean.
- Aurreko grafikan ikusi daitekeen moduan, heldutasun teknologikoari buruz hitz egiten dugunean, Hernaniko alojamenduen ehuneko gehiengoak ez ditu teknologia berrien onurak aprobetxatzen euren negozioaren promozio eta salmenta areagotzeko. IKTak, Euskal turismoaren sektoreko mikroenpresei informazio eta komunikazio teknologien erabilera optimizatzen laguntzea du helburu, eta igorritako datuen arabera, Hernaniko alojamenduetatik batek ere ez du horrelako prozesu edo programan parte hartu.

4.2 Jatetxeak eta hauen ezaugarriak

Hernaniko ostalaritza sektorean hiru motatako negozioak aurkitu ditzakegu:

- Jatetxeak
- Sagardotegiak
- Tabernak



Jatetxeak: Gaur egun 12 jatetxe daude martxan, guztira, 1581 jan leku baino gehiago eskeintzen dituztenak. Hauetatik, bakarra da Berriak Hernaniko Merkatarien, Ostalarien eta Zerbitzu Enpresen Elkarteko bazkide. Garrantzitsua litzateke, beste jatetxeek bertan parte hartzen ez dutenaren arrazoia zein ezagutzea. Bertako merkataritza eta zerbitzuak sustatu eta bazkideak laguntzeko helburuarekin, elkarte honetatik ere ekintzak aurrera eraman baitaitezke bertakoei eta bisitariei Hernani erakargarriagoa egiteko.

JATETXEA	SUKALDARITZA	ESKAINTZA	PLAZA KOPURUA	Elkarteko partaide
ERRIOGUARDA	Tradizionala	Karta /Menua	50	BERRIAK
FAGOLLAGA	Cocina de autor	Karta /Menua	110	Ez
IRUBIDE	Tradizionala	Karta /Menua	65	Ez
ITURRALDE	Tradizionala	Karta /Menua	81	Ez
JAUREGI	Tradizionala	Karta /Menua	620	Ez
SANSONATEGI	Tradizionala	Karta /Menua	180	Ez
SANTA BARBARA	Tradizionala	Bokatak, plater konbinatuak, razioak, menuak eta karta.	70	Ez
SARETXO	Tradizionala	Bokatak, plater konbinatuak, razioak, menuak eta karta.	150	Ez
SUHARRI	Tradizionala	Karta /Menua	95	Ez
TXINTXUA	Tradizionala	Bokatak, plater konbinatuak, razioak, menuak eta karta.	80	Ez
UGALDETXO	Tradizionala	Karta /Menua	30	Ez
ZUMARDI	Fusioa (tradizionala eta Italiarra)	Menu begetarianoa /karta	50	Ez
12 jatetxe guztira	%84 Tradizionala %16 Bestelakoa		1581 janleku	

Jatetxe motari dagokionez, ia gehiengoak (%84a) **sukaldaritza tradizionalean** oinarritzen dira, eta %16a beste sukaldaritza mota. Aipatzekoa da, hauen artean Guía Repsolen 2 eguzki dituen jatetxe famatu bat aurkitzen dela, Fagollaga Jatetxea. Beraz, ondorioztatu daiteke, eskaintza gastronomiko oso homogeneoa edo ez oso berezitua dagoela gaur egun.

ORDUTEGIAK								
JATETXEAK	Zerbitzua	Ast	Ar	Azt	Ost	Osl	Lar	Ig
ERRIOGUARDA	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
FAGOLLAGA	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
IRUBIDE	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
ITURRALDE	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
JAUREGI	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
SANSONATEGI	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
SANTA BARBARA(udan)	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
SARETXO	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
SUHARRI	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
TXINTXUA	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
UGALDETXO	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
ZUMARDI	Bazkal ordua							
	Afal ordua							
		Ast	Ar	Azt	Ost	Osl	Lar	Ig
GUZTIRA	Bazkal ordua	%58.3	%75	%91.7	%91.7	%100	%100	%66.7
	Afal ordua	%8,3	%25	%33,3	%58,3	%83,3	%100	%41,7

Aurreko taulan ikus dezakegun bezala, bezeroak hartatzeko ostalaritza establezimenduen ordutegiei dagokienez, astelehenetan izan ez ezik, asteko beste egun guztietan, gehiengoak zabalik daude eguerdiko zerbitzua emateko. Afaltzeko zerbitzuari dagokionez ordea, irekitze maila astean zehar oso baxua da, ostiral eta larunbatetan izan ezik %100 zabalik daudela.

Sagardotegiei dagokienez 12 sagardotegi daude martxan, guztira 1620 janlekurekin. Eskaintza hau oso estazionala dela esan dezakegu, izan ere, 12 sagardotegi hauetatik soilik hiruk urte osoan zehar eta 9 sagardotegik denboraldian soilik.

SAGARDOTEGIA	ESKAINTZA	PLAZA KOPURUA	Zigiluak	Zerbitzu turistikoak
Akarregi	*Urte osoan zabalik	150	euskal sagardoa GORENAK	-
Alberro	Denboraldian soilik	60		-
Altzueta	Denboraldian soilik	100	euskal sagardoa GORENAK	-
Elorrabi	*Urte osoan zabalik	280		-
Goiko Lastola	Denboraldian soilik	100		-
Itxas-Buru	Denboraldian soilik	110	euskal sagardoa	-
Iparragirre	*Urte osoan zabalik	200	euskal sagardoa	Bisita gidatuak + dastaketa
Larre-Gain	Denboraldian soilik	150		Bisita gidatua (Gipuzkoako Parketxe Sarea) +Bazkaria
Olaizola	Denboraldian soilik	150		-
Otsua Enea	Denboraldian soilik	100		-
Rufino	Denboraldian soilik	70		-
Zelaia	Denboraldian soilik	150	euskal sagardoa GORENAK	-
12	GUZTIRA	1620		

Prozesuan egindako **online inkesten arabera**, (*kontuan hartu behar da hamabi negoziotatik hiruk soilik erantzun dutela, hau da, %25ak*) sagardotegietako bezeroen jatorria %100an Euskal Autonomia Erkidegoa dela, baina esan bezala, datu hau partziala edota erlatiboa dela argi utzi behar da. **Urte osoan zehar negozioa irekita** mantentzen duten sagardotegiek erantzun dutenaren arabera, **bere eskaintza gastronomikoa aldakorra** da, hau da, denboraldian zehar sagardotegi menua da eskaintza izarra, baino urtean zehar menu ezberdinak eta garaiko

produktuekin egindako euskal sukaldaritza eskaintzen dute. Bertaratzen den bezero tipologiari buruz, taldeak dira gehien hurbiltzen direnak, nahiz eta tipologia oso anitza eta nahastua dela onartzen dute denek.

Partehartze **prozesuaren baitan eginiko bileretan,** sagardogileekin batera burututako foroan hain zuzen ere, honako iritziak mahaigaineratu ziren: “sagardoari ez zaio duen garrantzia ematen, ez baita balioan jartzen eta bezero ia gehienak sagardotegietara txuletagatik joaten dira sagardoarengatik joan ordez”. Gainera, sagardogile gehienen ustez, urtean zehar ez da ia sagardorik edaten, uste dena baino gutxiago, eta plan honen baitan gaiaren inguruan erreflexio bat egin beharko litzatekela duen garrantzia emanez.

Horretaz gain, sagardogileen sektoreak bizi duen turismo errealitatera begira, sagardogile guztiek ikusten dute bere burua “EKOIZLE” bezala, eta askok gainera, baino ez denek, bere burua “OSTALARI” bezala, sagargotegi garaia oso garrantzitsua baita beraien etxeetan.

Bere burua “AGENTE TURISTIKO”-tzat jotzen duten edo ez galdetzeko garaian, bileran parte hartu zuten 6 sagardotegietatik ia guztiak kokatu ziren errealitate turistikoaren agente aktibo bezala, nahiz eta ez zehaztu zein ekintza edota jarduera bidez ematen zen hori.



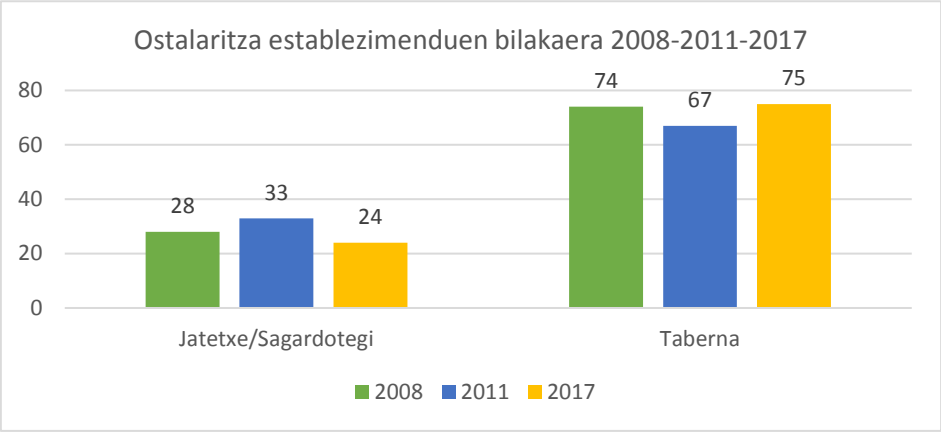
Hernaniko 12 sagardotegietatik, bik eskaintzen dituzte bisita gidatuak bere etxean. Iparragirre sagardotegiak, esate baterako, bere kabuz diseinatu eta merkaturatutako bisita gidatuak eta esperientziak eskaintzen ditu urte osoan zehar, sagardotegi garaiko eskaintza desestazionalizatzeko intentzioarekin eta sagardoa eta sagardoaren kultura ondareak balioan jartzeko helburuarekin.

Bisita gidatuak IPARRAGIRRE SAGARDOTEGIAN	**Iparragirre ezagutuz**
	Murgilu baserrian
	Iparragirre Dastatu
	Ikusi eta Sentitu Iparragirre
	Sagarretik sagardora
	Agenda enoturistikoa- Maridajeak, hitzaldiak, ikastaroak…

Larre-Gain sagardotegiak, aldiz, Gipuzkoako Parketxe Sarearekin batera, “Sagardogintza, Trikuharriak eta Saroiak” izeneko pakete turistiko batean parte hartzen du sagardotegi garaian zehar. Eskaintza honen barne, mendi ibilaldi bat burutzen da, ondoren sagardotegian bisita gidatua eta sagardotegi menua eskaintzen da.

Aipatzekoa da, sagardotegiek beste turismo agenteekin lan egiteko interesa, jasotako inkesten %75aren arabera, udalarekin, elkarte ezberdinekin edota Hernanikoa turismo enpresekin lan gehiago egitea gustatuko litzaieke elkarlana sustatzeko.

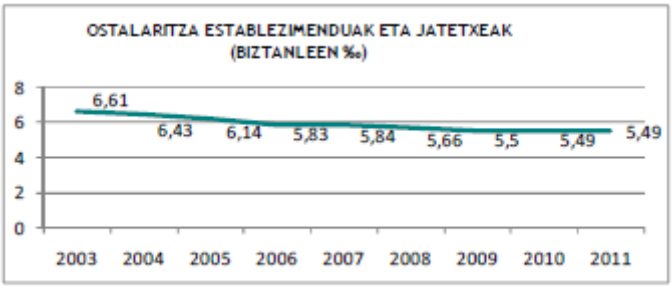
Gaur egungo datuak, 2013an eginiko “HERNANIKO TOKIKO IRAUNKORTASUN” diagnostikoan ematen ziren 2011ko datuekin alderatuz, jatetxe-sagardotegi kopuruaren zenbatekoa 33tik 24era jaitsi egin da. Tabernei dagokien datuek berriz, gora egin dute, 67tik 75 izatera (kontuan hartu behar da, 2013an eginiko azterketan ez direla negozioen izenak azaltzen, hortaz ezin dugu ziur jakin zein tipologiatan sailkatuak izan ziren.)



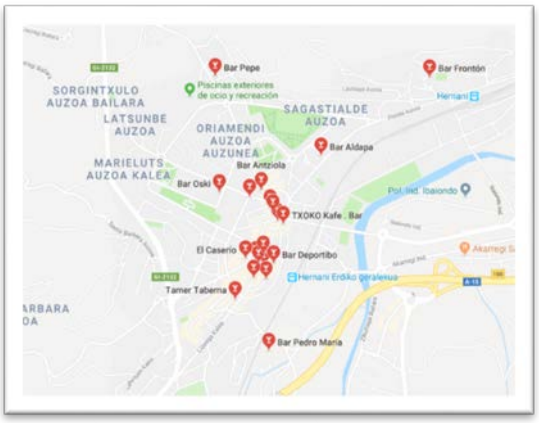
Iturria: Garapen propioa: 2008 eta 2011 urteetako datuak "Hernaniko Tokiko Iraunkortasun diagnostikoa" (2013) txostenetik eta 2017. urteko datuak Hernaniko Udalaren bitartez eskuratutakoak dira.

Hernanin ostatu plazak kontuan hartuta, proportzio egokia dela esan daiteke biztanle kopuru osoarekiko. Izan ere, jatetxe (1.581 janleku) eta sagardotegien (1.620 janleku) kopuruak bat eginik 3.201 plaza baitaude Hernanin, tabernak kontuan hartu gabe (guztira 99 ostalaritza establezimendu).

Aurreko ikerketako datuekin alderatuz (2013 urtekoa), mila biztanleko ostalaritza establezimendu kopuruak behera egin du 2011an 5.49 izatetik eta 2017an 4.94 izatera. Jaitsiera honen arrazoia, biztanleriaren datuak izan duen gorakada izan dela ondorioztatu dezakegu, izan ere, ostalaritza establezimendu kopuru totala mantendu egin da azken urte hauetan eta aldaketa nabarmena egon da biztanleriaren datuan, 2011ean 19.444 biztanle, eta 2017an 20.003 biztanle izanik.



Iturria: Udalmap



Tabernei dagokionez, esan bezala, **75 taberna** daude martxan gaur egun (hauetatik 24, Berriak Hernaniko Merkatarien, Ostalarien eta Zerbitzu Enpresen Elkarteko bazkide dira). Taberna gehienak herriko erdigunean kokatzen dira, kale gutxi batzuetan pilatuta batez ere. Plan hau burutzeko tabernen inguruko datuak eskuratzeko zailtasunak eduki ditugu (ordutegiak, prezioak, eskaintza, bezero tipologia, etab.); hortaz, datu osatuak hirigune historikoan kokatzen diren establezimenduak azaltzen dira.

Taula: Hernaniko hirigune historikotik kanpo kokatutako tabernak. Iturria: Hernaniko Udala.

TABERNA (hirigune historikotik kanpo)		
ANTZIOLA TABERNA	GALIZIA ETXEA	LATSUNBE TABERNA
AITAN-ETXE TABERNA	GUNEA TABERNA	LIZEAGA TABERNA
ALDAPA TABERNA	HERRIKO TABERNA-PSOE	OSKI KAFETEGIA
ANBOTO TABERNA	HORBEL TABERNA	OTAEGI EDARIETXEA SL
ARRI TABERNA	HUICI TABERNA	PARRITA TABERNA
ATXIKI TABERNA	ILARGI TABERNA	PEDRO MARI TABERNA
BAR PACHECO	IRRINTZI TABERNA	PEPE TABERNA
BODEGA DAPA	ITURTXO TABERNA	RUFINO ENEA TABERNA
BODEGA TABERNA	ITXASKI TABERNA	SHANGAI TABERNA
EGOKI TABERNA	JUXTO TABERNA	TAMER TABERNA
ELKANO TABERNA	KABI	TRANBIA
EPER TABERNA	KARIBE TABERNA	TRIKU TABERNA
ETXEBERRI TABERNA	KARRERO TABERNA	TXATXUTEGI TABERNA
EUSKALDUNA TABERNA	KUTIXI KAFETEGIA	TXINTXUA JATETXEA
FRONTON TABERNA	LA CEPA TABERNA	TXIRRITA TABERNA
GAIN TABERNA	LA TIENDA TABERNA	ZINKOENEA TABERNA

(gasolindegia Rekalde)		

Taula: Hernaniko hirigune historikoan kokatutako tabernen ezaugarriak: eskaintza gastronomikoa, baimendutako gehienezko dB, sailkapena eta kategoria. Iturria: Hernaniko Udala

TABERNAK (Hirigune historikoan kokatutakoak)	ESKAINTZA GASTRONOMIKOA	dB	SAILKAPENA (*)	KATEGORIA (**)
AKEIT (kixkalekin batera)	EZ	75	B	2
AKER TABERNA	EZ	-	-	-
APEADERO TABERNA	EZ	90	C	3
ARALAR TABERNA	BAI	75	B	2
ATXUR TABERNA	EZ	90	B	3
BODEGA TABERNA	EZ	90	B	3
CASERIO TABERNA	EZ	90	C	3
DEPORTIBO TABERNA	BAI	75	B	2
DORI TABERNA	EZ	75	B	2
EKOS PUB	EZ	90	C	3
GARIN TABERNA	EZ	90	C	3
GOIZ ARGI TABERNA	BAI	90	C	3
GURIA TABERNA (*Musikarik ez gaueko 22 o. aurrera)	BAI	*	B	2
HAIDA TABERNA	EZ	90	C	3
JOXE MARI TABERNA	BAI	90	C	3
KIDE KAFETEGIA	BAI	75	B	2
KITTO TABERNA	BAI	75	B	2
KIXKAL TABERNA	EZ	90	C	3
ONDDI TABERNA	BAI	75	B	2
RIOJA TABERNA	BAI	75	B	2
TRIPONTZI TABERNA	BAI	75	B	2
TXEMA TABERNA	BAI	75	B	2
TXILI TABERNA	BAI	75	C	3
TXOKO KAFETEGIA	BAI	75	B	2
URUMEA TABERNA	EZ	75	B	2
ZINTZARRI TABERNA	EZ	75	B	2

***(*) Establezimenduen sailkapena**, jarduera motaren arabera*

• A KATEGORIA: Kategoria honetan sartuko dira, ostalaritzako eta aisialdiko jarduerak hartzen dituzten establezimenduak, hala nola, dastalekuak, izozki-dendak, txokolategiak, txurro-dendak, kroisantegiak, te-aretoak, bokatategiak, salmenta automatikorako lokalak

(vending) eta antzekoak, hau da, alkoholik gabeko edariak eta elikagaiak (dagokion establezimenduaren barnean nahiz kanpoan prestatuak) zerbitzatzeko baimena duten lokaletan finkatuta daudenak eta honako baldintza hauek guztiak betetzen dituztenak:
— Sailkapen honetako gainetako Kategorien barruan ez sailkatzea (horien artean, jatetxe-jarduerak), jarduerak dituen ezaugarriak edo ondorioak kontuan izanik.
— Euskal Autonomia Erkidegoko jendaurreko ikuskizunen eta jolas-jardueren ordutegiak ezartzen dituen abenduaren 16ko 296/97 Dekretuan (martxoaren 13ko 36/2012 Dekretuak aldatzen duena) finkatzen den 1. Multzoko ordutegi-erregimena betetzea.
— I. Mailari dagozkion soinu-emisioak baino emisio altuagoak ahalbidetzen ez dituzten ekipamenduak eta instalazioak izatea, Ordenantza honetako IV.3-4 artikuluko 3. apartatuan definitzen den moduan. B. Salbuespen gisa, A Kategoria honen barruan sailkatuko dira B Kategorian agertzen diren ostalaritza-jarduerak (jatetxejarduerak izan ezik), horiek Kategoria honetako A epigrafean jasotzen diren azken bi baldintzak behar bezala betetzen badituzte.

• B KATEGORIA: Kategoria honen barruan sailkatuko dira, ostalaritzako eta aisialdiko jarduerak hartzen dituzten establezimenduak, hala nola, ostatuak, upeltegiak, tabernak, kafetegiak, garagardotegiak, ziberkafetegiak, hanburgesategiak, kebabak, jatetxeak (jendearen arretarako barra izan ala ez), erretegiak, autozerbitzuak (Self-Service), janari-etxeak (Fast Food edo bestelakoak), sagardotegiak edo antzekoak, hau da, edari alkoholikoak eta elikagaiak (dagokion establezimenduaren barnean nahiz kanpoan prestatuak) zerbitzatzeko baimena duten lokaletan finkatuta daudenak eta honako baldintza hauek guztiak betetzen dituztenak:
— Sailkapen honetako gainerako Kategorien barruan sailkatuta ez egotea, jarduerak dituen ezaugarriak edo ondorioak kontuan izanik.
— Euskal Autonomia Erkidegoko jendaurreko ikuskizunen eta jolas-jardueren ordutegiak ezartzen dituen abenduaren 16ko 296/97 Dekretuan (martxoaren 13ko 36/2012 Dekretuak aldatzen duena) finkatzen den 2. Multzoko ordutegi-erregimena betetzea.
— II. Mailari dagozkion soinu-emisioak baino emisio altuagoak ahalbidetzen ez dituzten ekipamenduak eta instalazioak edukitzea, Ordenantza honetako IV.3-4 artikuluko 3. apartatuan definitzen den moduan. B. Era berean, B Kategoria honen barnean sailkatuko dira elkarte gastronomikoak, kulturalak edo aisialdikoak, «txokoak», alderdi politiko eta auzo-elkarteen egoitzak, eta antzekoak, hau da, oro har, publikoari edariak edo bazkariak eskaintzen dizkietenak (ez bazkideei bakarrik). C. Salbuespen gisa, B Kategoria honen barruan sailkatuko dira C Kategorian agertzen diren ostalaritzako edo aisialdiko jarduerak, baldin eta horiek Kategoria honetako A epigrafean jasotzen diren azken bi baldintzak behar bezala betetzen badituzte.

• C KATEGORIA: Kategoria honen barruan sailkatuko dira, ostalaritzako eta aisialdiko jarduerak hartzen dituzten establezimenduak, hala nola, taberna bereziak, whiskitegiak, klubak, taberna amerikarrak, pubak, disko-tabernak, karaokeak eta antzekoak, hau da, edari alkoholikoak eta elikagaiak (dagokion establezimenduaren barnean nahiz kanpoan prestatuak) zerbitzatzeko eta musika-jarduera bereziak garatzeko baimena duten lokaletan finkatuta daudenak, eta honako baldintza hauek guztiak betetzen dituztenak:
— Sailkapen honetako gainerako Kategorien barruan sailkatuta ez egotea, jarduerak dituen ezaugarriak edo ondorioak kontuan izanik

***(**) Establezimenduen kategoria (1-4),** zabaltze-ordutegiak:*

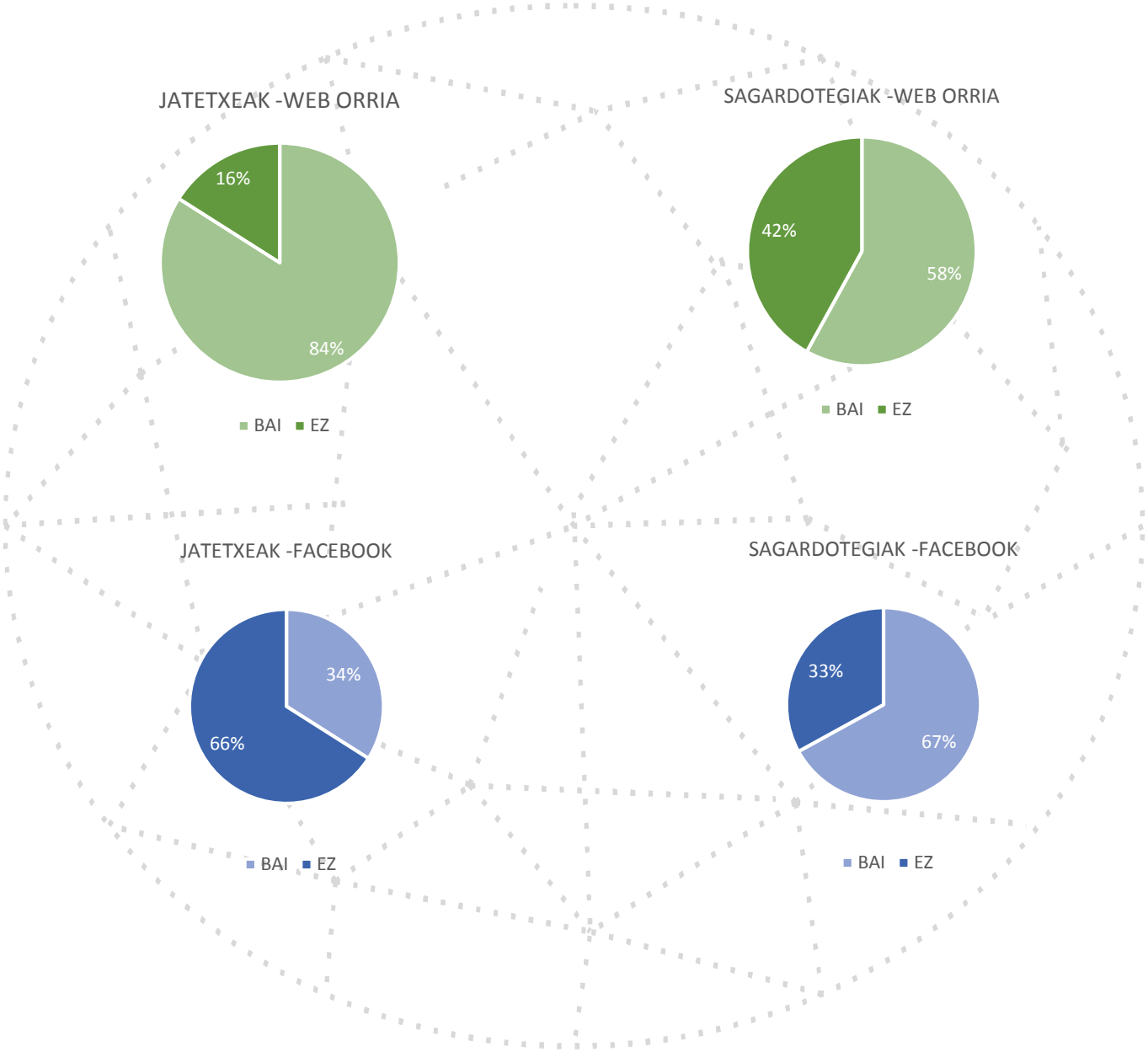
36/2012 Dekretua, martxoaren 13koak dioena kontuan hartuz, hau da Hernaniko tabernen ordutegia.

KATEGORIA	Igandetik ostegunerako ordutegia		Ostiral, larunbat eta jai bezperatako ordutegia	
	Negu partean	Uda partean	Negu partean	Uda partean
1	23:00	23:30	00:30	01:00
2	**01:00**	01:30	**02:30**	04:30
3	**02:30**	03:00	**04:00**	04:30
4	04:30	05:00	06:00	06:30

Uda partea: ekainaren 1etik irailaren 30era.

Heraniko hirigune historikoan kokatzen diren establezimendu guztiak 2 eta 3 kategorietan kokatzen dira. HTxotx denboraldiari erreparatuz gero, neguko ordutegian, ostiral eta larunbatetan 2:30 eta 04:00tan isten dira tabernak hurrenez hurren. .

Hernaniko ostalaritza negozioen komunikazioa eta promozioa



Azterkea honek, online iturritik zuzenean eskuratutako emaitzak azaltzen ditu



- Jatetxeen gehiengoak dauka web orria martxan, hamabitik soilik bik ez daukate, eta hizkuntzari dagokionez, gaztelaniaz soilik edo gaztelania-euskaraz dute euren webgunea garatua.
- **Jatetxeen %34**ak soilik ezagutzera ematen du bere negozioa **Facebook** orri ofizial baten bitartez.

- **Sagardotegiek** interneten duten presentzia aztertuz gero, presentzia gutxitzen dela ikus dezakegu. Hauen **%58ak** besterik ez baitu webgune korporatiboa. Kontuan hartu behar da, sagardotegiak promozionatzea bideratuta dauden hainbat portal martxan daudela eta, ondorioz, beraien eskaintza modu isolatuan bideratzeko beharra baxuagoa izan daiteke. Hala ere, garrantzitsua da jomuga turistikoa balioan jartzeko, sektoreko enpresen artean komunikazio estrategia bateratu bat izatea eta bisitari edo turistek, inguruan zer egin dezaketen informazioa kontsultatu ahal izatea.
- Sare sozialetan ere, jatetxeek bezala presentzia oso baxua dute. **%33ak soilik dauka Facebook**-en perfila sortua eta oso gutxik erabiltzen dute erreklamu moduan.
- Hernaniko jatetxeetatik, hiruk hartzen dute parte **"Euskadi Gastronomika"** produktu kluban (%25ak), sagardotegietatik seik (%50ak) eta tabernetatik hiruk (%4ak). Marka honen helburua, Euskadiko eskualde turistikoetara datozen bisitariei bertako produktuetan oinarritutako eskaintza eno-gastronomikoa ezagutaraztea da. Erakunde publiko eta pribatuen arteko lankidetza sustatzeko ekimena da eta orokorrean turismo sektorean ikusi dezakegun moduan, ostalaritzan ere, lankidetza falta islatzen dute datu hauek Hernanin kasuan.
- Sagardoaren munduan aipatzekoaren diren zigiluen artean:
  - **Euskal Sagardoa:** Bertako sagarra bakarrik erabiliz egindako sagardoa %100 hemengoa, eta kalitate bikainekoa. Hernaniko 5 sagardotegi daude zigilu honen baitan, komunikazio eta promozioa aldetik, honek dakarzkien abantailekin.
  - **Sagardo Gorenak:** Bertan egina han-hemengo sagarrak erabiliz, eta kalitate bikaineko sagardoak identifikatzen dituen zigilua. Hernaniko hiru sagardotegi daude zigilu honen baitan, komunikazio eta promozioa aldetik, honek dakarkien abantailak ahaztu gabe.

ESKUALDEAN ZER?

JATETXE-SAGARDOTEGI-TABERNA

Jatetxe eta sagardotegien kasuan, Donostialdean beste panorama bat aurkezten da, eskaintza zabala eta anitza baita. Beste eskualdetan, eskaintza gastronomikoa alojamenduen osagarri gisa hartzen den heinean, Donostialdearen kasuan guztiz kontrakoa da, azpisektore hau oinarrizko jarduera kontsideratzen da, eskualdeko erakarpen turistikoa nagusitzat jotzen da eta eskualdeko ekonomia motorea. Sagardotegiak dira eskualde honetan erreferentzia ezagunena, baino ez dugu ahaztu behar, proiekzio nazionala eta internazionala duen Martin Berasategi jatetxea ere bertan kokatzen dela.

	JATETXEAK	SAGARDOTEGIAK
ANDOAIN	11	2
ASTIGARRAGA	8	17
HERNANI	13	12
LASARTE	5	1
URNIETA	9	5
USURBIL	13	5
DONOSTIALDEA	59	26

Iturria: Donostialdeak helarazitako informazioan oinarritua

4.3 Enpresa pribatuak eta hauen ezaugarriak

Jarduera turistiko bat sortzeko, beharrezkoak dira bisitarientzat turismo esperientziak sortzen dituzten enpresak lurraldean lanean dihardutea. Kalitatezko jarduera turistikoa, bertako ekonomiarentzat onuragarria dena eta lanerako aukerak emango dituena.

Zentzu honetan, Hernanin gaur egun bost enpresa daude erregistraturik turismo zerbitzuak eskaintzen dituztenak. Goran identifikatutako enpresa gehiago zerbitzu turistikoak eskaintzen badituzte ere analisi honetatik kanpo utzi dira beraien jardunbide nagusia turismoa ez delako.

ENPRESA	ZERBITZUAK
Chillida Leku Museoa	Museoa- ekintza kulturalak
ORIAMENDI 2010 S.L.	Pilota eta erremonte esperientziak (Jai Alai)
Sagardun Partzuergoa	Museoa + Esperientzia turistikoak

Eh!trip	Gida turistikoa eta esperientziak
Bask in Motion	Gida turistikoa eta esperientziak

Aurreko taulan ikusten den moduan, Hernanin turismo jarduerak sustatzen dituzten enpresak oso gutxi dira bestelako helmuga turistiko antzekoekin alderatuz geroz. Gainera, bost horietatik, bik ez dute beraien zerbitzua Hernanin eskaintzen edo ez dute bere eskaintza nagusi bezala Hernaniko ondarea ezagutzera ematen (Eh!trip eta Bask in Motion). Beste hiruek, ordea, bai.

Egoera hau, eskualdeak duen turismo bokazio faltaren isla bezala hartu dezakegu. Dena den, garrantzitsua da aipatzea, azken bi urte hauetan 3 enpresetatik 5 enpresa izatera pasa dira arlo honetan, eh!trip eta Bask in Motion enpresak hasi berriak dira eta azpisektore honetan aurkitzen diren 5ak, Turismo kulturaleko segmentuan kokatzen ditugu.

✓ Eh!trip

"Euskal Herria ezagutzea interesatzen zaion guztientzako da. Zure sustraien loturen istorioa sentitu, arbasoen baserria ezagutu edo zure abizena daukan herria bisitatu nahi duen Euskal etxeko lagunak. Euskal kulturarekin batera lotura sentitzen duena."	
Tolosa-Kostaldea	*Olite- Castillo de Javier- Monasterio de Leire*
Urbasa- Santuario de Arantzazu	*De Aralar a Iratxe*
Ultzama-Elizondo	*Los 3 Templos*
Dos Valles Baztan - Ultzama	Tolosa-Larraitz
Leitza-Zugarramurdi	Lumbier-Valle del Roncal

Bisita gidatuak eskaintzen dituzte, Euskal Diasporan espezializatuak daude gainera. Aurreko taulan ikus dezakegun moduan, euren gida zerbitzuak Euskal Herria guztian zehar eskaintzen dituzte, baina aipatzekoa da, Hernaniko enpresa izanda, bertako ondarea eta bertako baliabideak ezagutzera ez ematea.

✓ BASQUE IN MOTION-BASK ALIVE Viajes para la diáspora Vasca

"Descubre el País Vasco en un viaje completo en el que descubrirás la esencia de Euskal Herria, pasando desde la Rioja Alavesa hasta la zona de Iparralde."		
BASQUE IN MOTION	BASQUE ALIVE	
Viaje al País Vasco de 15 días	*Vitoria- Salinas de Añana*	*Pelota Vasca: Frontones de Oteiza*
Viaje por las capitales del País Vasco	*Côte Casque. Biarritz y San Juan de Luz*	*Basílica de Loyola y Casa Natal*

Ruta de los vinos vascos	*Ruta de los 3 templos*	*Jornada Cero Camino Ignaciano*
Diseña tu viaje por el País Vasco	Baztan y Xareta	Almendra Medieval de Apeitia
		San Sebastian- Hondarribia
DESCUBRE ARGENTINA EN LA SEMANA NACIONAL VASCA	San Juan de Gaztelugatxe y Gernika	Mercado del Ferrocarril Vasco
		Cada Miércoles, Mercado de Ordizia

Antolatutako bidaiak eta bisita gidatuak eskaintzen dituen bidai agentzia bat da eta hauek ere Euskal Diasporan espezializatuak daude. Aurreko taulan ikus dezakegun moduan, euren bidaia antolatuak Argentinatik-Euskal Herrira eta Euskal Herritik-Argentinara bidaiak dira nagusienak. Bask Alive markapean, egun bateko irteerak eta bisita gidatuak dituzte ere (goiko taulan izendatzen direnak). Honetaz gain, “euskal” ezkontzak ere antolatzen dituzte. Enpresa honen kasuan ere, aipatzekoa da, Hernaniko enpresa izanda, bertako ondarea eta bertako baliabideak ezagutzera ez ematea eta ez promozionatzea.

✓ Chillida leku:

Hernaniko produktu eta baliabide turistikoen azterketa atalean, agente turistiko honen eskaintza aipatu bada ere, Hernanik duen museo bakarra dela Chillida Leku, ateak irekiko ditu berriro ere HAUSER & WIRTH galeriarekin eta ondorengo eskaintza jasotzen du egun:

- Bisita gidatuak
- Autogidak
- Bisita gidatuak Chillida Familiako kideekin
- Espazioen alokairua (Enpresei bideratutako pizgarriei begira interesgarria izan daiteke)

Orain arte, Donostiarekin erlazionatu den baliabide bat izan da, hernaniarrekin beharko lukeen harremana sendotzeko beharra azaleratu delarik.

✓ Oriamendi 2010 / Sagardun:

Hernaniko produktu turistikoak aztertzerako garaian ikusi dugu agente turistiko hauen eskaintza.

Galdetegietan jasotako informazioaren inguruan ondorengoa azpimarratu dezakegu turismo zerbitzuak eskaintzen dituzten enpresei dagokionean (aipatu bost enpresetatik hiruk erantzun dutela):

- Burutzen dituzten ekintzak, **turista nitxo ezberdinei** bideratzen dira: familiak, taldeak, bikoteak, ikastetxeak, jubilatuak…
- Hernani, Gipuzkoa eta Erkidego osoan zehar ematen dute zerbitzua.
- Beste agente turistikoekin **elkarlanean** aritzeko **interesa** ere agertu dute.

ESKUALDEAN ZER?

Enpresa	Zerbitzuak	Herria
Leitzaran Bisitarien Etxea	Interpretazio zentroa+ Turismo aktiboa	Andoain
Goiburu Golf Club	Golf	Andoain
Sagardoetxea Museoa	Museoa	Astigarraga
Basque Cooltour	Tour Gidatuak	Urnieta
Arraunetxe-Begi-Bistan	Turismo aktiboa + Bisita gidatuak	Usurbil
Paint Ball Puelaberri	Paint ball	Usurbil
Miracampos	Hipika	Lasarte

Ikusi daitekeen moduan, eskualdean, Hernanitik kanpo turismora dedikatzen diren enpresa kopurua ez da oso altua. Eskualde mailan eskaintza turistikoaren koherentzia edo estrategia bateratu bat falta dela sumatzen da. Enpresa pribatuen artean ez da elkarlanik ikusi.

Sagardoetxea Museoa eta Leitzaran Bisitarien Etxea dira, bertako ondare kulturala eta naturala balioan jartzen duten enpresa bakarrak. Eta Hernaniko bisita gidatuak eskaintzen dituzten enpresak bezala, eskualdean aurkitu ditzakegun Basque Cooltour eta Begi-Bistan enpresek ez dute bere zerbitzuen artean Donostialdeako eskualdean eskaintzen den bisita gidaturik.

Eskualde honek dituen aukerak aztertu eta elkarlana sustatu beharko litzateke eskualde mailako estrategia turistiko bat sortzeko eta komunikazio ekintza bateratu bat aurrera eramateko.

5 PROMOZIOA ETA KOMUNIKAZIO ANALISIA

Orain arte elkarlanean eginiko ekintzak turismo arloan

Urte hauetan zehar, Hernaniko eskaintza erakusteko eta dinamizatzeko honako ekintzak gauzatu dira. *(Hernaniko turismo teknikariak erraztutako aurkezpenean oinarritutako informazioa)*

AZTERKETAK ETA IKERKETA LANAK

- 2003.urtean LKS enpresak Hernaniko Baliabide turistikoen analisia garatu zuen. Bertan, Hernaniko etorkizun turistikoak oinarri bezala hartu behar zituen ezaugarri nagusiak aurkeztu ziren.
- 2004. urtean, LKS enpresak Hernaniko Turismo plana garatu zuen. Lanketa honetan, Hernanik turismo arloan zein helburutan oinarritu behar zen definitu zen eta lerro estrategikoak jarraituz promozioari eta salmentari zegozkion ekintza plan bat zehaztu zen, epe motzera eta legealdian zehar gauzatzeko ekintzekin.
- Azterketa honetaz gain, 2012. Urtean, Noski Consulting-ek Eskualdeko Turismo Dinamizazio plana gauzatu zuen.

FOROAK

- Tokiko Garapena Batzordea
- Txotx Mahaia
- Urumea Arnastu
- Hernaniko Merkataritza-mahaia
- Eskualdeko merkataritza-mahaia
- Eskualdeko turismo-mahaia
- Beterri-Buruntza Udalak: Lehen Sektorea, Merkataritza eta Turismoa Mahaia

EGITASMOAK

- Txotx denboraldia: inaugurazio eguna + denboraldiko eskaintza: pakete turistikoak, esperientziak, bisita gidatuak, Tren Berdea, Sagar Martxa, Pintxotx, emanaldiak…
- Urumea Arnastu: Arano+ Goizueta+ Ereñotzu+ Hernani.
- Hernani Ezagutuz: irteerak Ibilbide Sareko ibilbideak ezagutzeko.
- Chillida-Leku: bisita gidatu berezia.
- Bakailao Astea: hamabostaldia bakailaoaren inguruan: irteera bereziak, kale animazioa, lehiaketak…
- Egitasmoak beste erakundeekin elkarlanean: ibilaldiak, erakusketak, jardunaldiak, esperientziak, kalitate programak…

IRUDI- MARKA TURISTIKOA

Marka turistikoek izaera eta lekuko ezaugarriak bildu behar dituela esaten dute adituek. Ikono turistiko fisiko zein sinbolikoetan oinarritu daitezke eta aktibo estrategiko garrantzitsuak dira egungo merkatu globalizatuan kokatzeko.

Sinergiak lortzeko ahalmena, balorea eta berezitasuna dira marka indartsu bat sortzeko premisa nagusiak eta argi dago markak bezeroengan eragin zuzena duela, markak bezeroarekin identifikatzeko tresna da, erakartzeko tresna eta nor garen adierazteko modua.

Gaur egun Hernani jomuga turistiko bezala duen marka turistikoaren zehaztapena ez da argia. Ez dago irudi korporatiboaren gidalibururik ezta komunikazio eta marketing turistikoen inguruko estrategiarik. Egoera honek zuzenean eragiten du Hernaniren posizionamenduan eta isladatzen den irudian.

Dena den, turismo marka bezala bi irudi erabiltzen direla identifikatu da. Alde batetik, “Ezagutu Hernani – Conoce Hernani”, udal turismo webgunean eta sare sozialetan erabiltzen da. Beste aldetik, Hernaniko Udaleko irudia, bere forma anitzetan, ia turismoan alorreko euskarri guztietan azaltzen da. Ez dago, beraz, erabilera uniforme eta bateraturik.



Hernaniko Udala

Ondorioz, etorkizuneko turismo estrategia lantzeko garaian, garrantzitsua izango da honi lotutako Komunikazio eta Marketing estrategia garatzea. Jarraian, bisitarien bidaia esperientzian klabeak diren faseak aztertuko dira eta, bertan, komunikazioa, promozioa eta marketing-an inguruko bestelako gaiak analizatuko dira.

5.1 BIDAIAREN ZIKLOA

Hernaniko turismo promozio- eta komunikazio-ekintzak aipatu baino lehen, interesgarria da oinarrizko kontzeptu eta adierazpenak mahai gainean jartzea. Jomuga turistiko guztiek, promoziora bideratutako estrategiak garatu eta inplementatu behar ditu bisitarien esperientzia eta lurraldearekiko ondorengo jarrera baikorrean eragin ahal izateko.

Eskualdeko sustatzaileek eta turismo eragileek marketing eta komunikazioaren kudeaketa bateratua eta egituratua jarraitzea ezinbestekoa da, komunikazio plan bat jarraituz. Modu honetan, kontutan hartu beharreko ardatzak definituak edukiko lituzke:

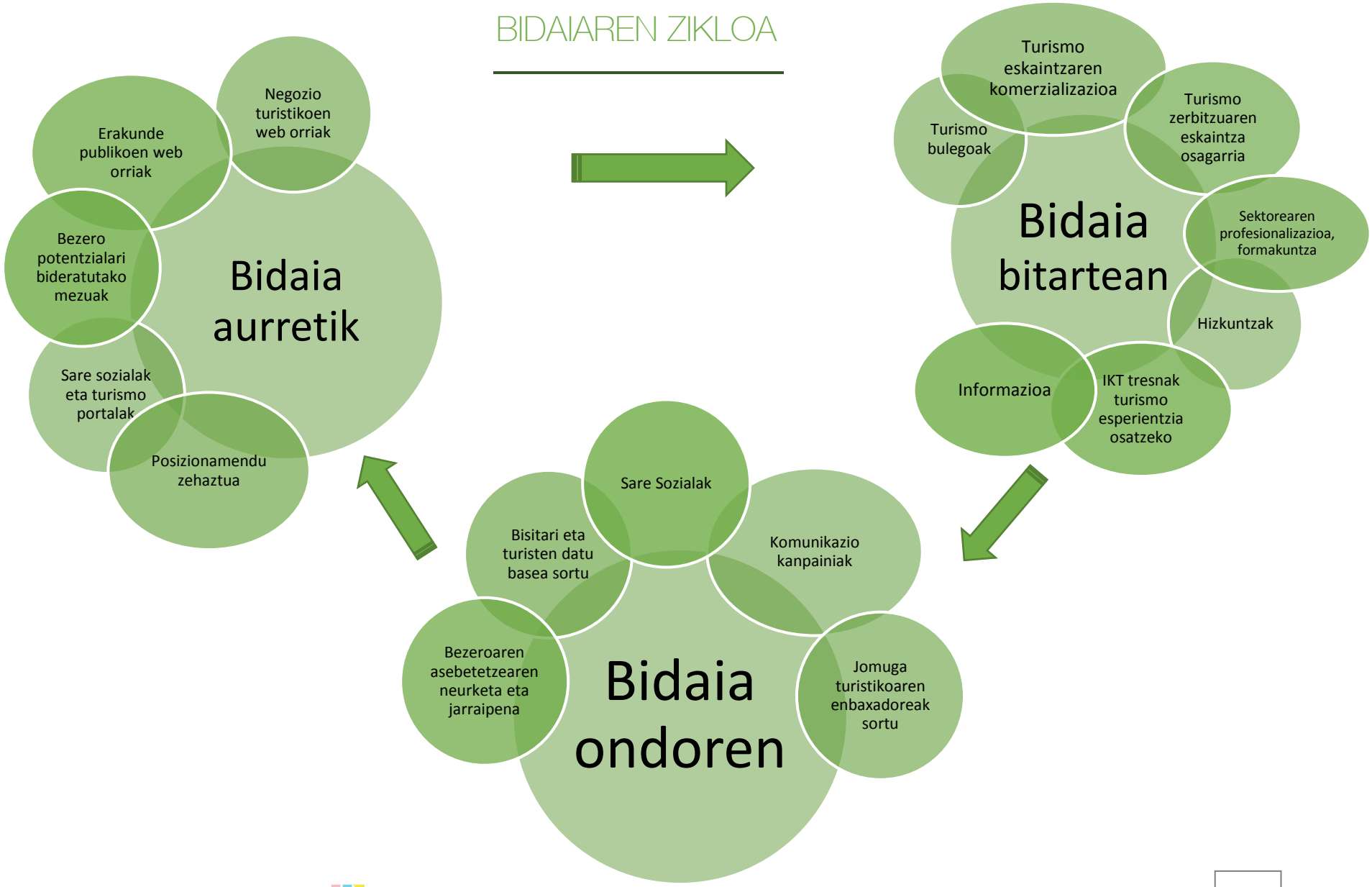
- Hernani, jomuga turistiko bezala nola kokatzen den.
- Epe motz-ertaineko helburuak definitu, eraginkorragoak izateko.
- Bertako ondarea eta balio erantsia zein den identifikatu.
- Bezero potentziala eta segmentu nagusien ezagutza.

Eta modu honetan, aurrera eramango diren mezu eta ekintzak era eraginkor batean gauzatzeko.

Turista eta bisitariak, Hernani eta inguruak bisitatzeko motibazioa sentitu, bidaia egin, helmuga ezagutu eta bertako enbaxadore izatea lortzea da helmuga turistikoaren kudeatzaileen helburuetako bat. Horretarako, bidaiaren prozesu guztian zehar bidaiariaren esperientzia ezin hobea izan beharko du: bisitariaren asebetetze maila osoa izan beharko da; bidaiaren aukeraketa eta planifikazio prozesuan, bidaian zehar eta honen ostean.

Hernanik ezingo du ziklo honen ataletako bat ere ez alboan utzi, etorkizuneko helburu eta estrategiak identifikatzen dituzten turista edo segmentuak erakarri eta fidelizatzeko. Horretarako, arreta handia jarri beharko du, hiru fase hauetan jarduten duten eragileetan eta hauekin batera lanketa egin.

BIDAIAREN ZIKLOA



1- Bidaia/Bisita aurretik:

Jomuga turistikoek euren errealitate eta estrategiaren barruan kontuan eduki behar dute azken urte hauetan turistaren jokaeran gertatu den aldaketa eta honi erantzuteko erramintak eta baliabide egokiak erabili behar dituztela.

Teknologia berrien eskutik, bidaia antolatzeko eta erreserbak egiteko modua aldatu da, eta baita bidaian zehar turistek duten jokabidea ere, esperientziak gozatzeko, elkar banatzeko eta bertakoekin jarduteko modua, hain zuzen ere. Egungo turista, zorrotzagoa eta independenteagoa da; kalitate-prezio eskaintza hoberena izatea, zerbitzu pertsonalizatua jasotzea espero du eta momentu oro konektatua dago.

Bere nahi eta itxaropenei dagokionez, jomuga irisgarria izatea gogoko du, bere bidaiaren ziklo guztian zehar (lehenago-bitartean-ondoren), era integral batean kudeatutako lurraldeak eskaintza turistiko zentzudun, anitza eta kalitatekoa izatea.

Nola iristen da Hernani turisten belarrietara gaur egun lehenengo fase honetan?

Online

Erramintak:
1- Web orriak
2- Sare sozialak: Facebook, Twitter
3- Multimedia: Youtube, Instagram

Agenteak: Udala, Eusko Jaurlaritza, Gipuzkoako Foru Aldundia, Donostialdea-Behemendi, Hernaniko turismo saila, sektore pribatua

Offline

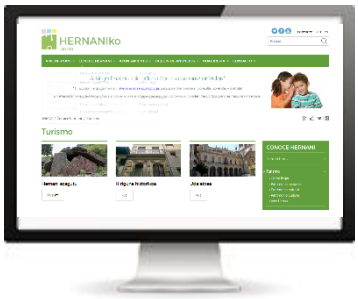
Erramintak:
1- Idatzizko prentsa, irratia
2- Feriak
3- Promozio materiala

Agenteak: Udala, Eusko Jaurlaritza, Gipuzkoako Foru Aldundia, Donostialdea-Behemendi, Hernaniko turismo saila, sektore pribatua

ONLINE

1- Web orriak: Hernani ezagutzera emateko erakunde publikoek garatutako web orriak.

	AGENTEA	HIZKUNTZA	NORI ZUZENDUA	WEB ORRIA
HERNANI	Hernaniko Udala	Eus - Es	Herritarra	www.hernani.eus
	Hernani Turismoa	Eus - Es	Turista eta Herritarra	www.hernaniturismoa.com
	Donostialdea Eskualdea	Eus - Es	Turista	www.donostialdea.eus
	San Sebastian Region (Gipuzkoa turismo)	Eus – Es – Ingl - Fra	Turista	www.sansebastianregion.com
	Euskadi Turismo	Es	Turista	turismo.euskadi.eus/es/localidades/hernani/aa30-12375/es
	Urumea Arnastu	Eus - Es	Turista eta Herritarra	www.urumearnastu.com



1- Hernaniko udaleko web orria: Herritarrei bideratutako web orria da. Bertan *Hernani ezagutu* atala aurkitu dezakegu. Honen azpiatal modura TURISMOA azaltzen da eta bertan klik eginez, zuzenean hernaniturismoa.com webgunera bideratzen gaitu.

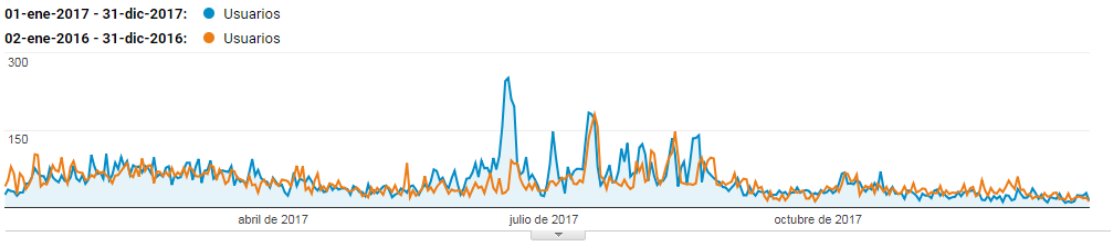


2- Hernaniko turismo web orria: Turismo webgune ofiziala da hau. Hernani bisitatu nahi duten turista eta bisitarientzat oinarrizko informazioa eta puntu turistikoen ordutegiak jasotzen duen espazioa. Bi hizkuntzetan garatutako web orri dinamikoa da, gailu guztietara egokitzen dena *(responsive desing*) eta sare sozialak integratuak dituena. Udal turismo teknikaria arduratzen da webgune hau eguneratzeaz eta eduki berria sartzeaz.

Bertan, Hernaniko herria, bere historia, ingurune naturala, kultura eta bertan egin daitezkeen ekintzen inguruko informazioa eskaintzen da eta eskuorri eta mapa desberdinak deskargatzeko aukera ematen da.

Jomuga turistiko bezala Hernaniren posizionamendua argi definitu gabe dagoenez, eta ezta bezero potentzialen perfilak ere, web orrian norabide edota helburu markatuen falta bat sumatzen da. Informazioa helarazteaz gain, turista edo bisitaria erakartzeko mezuak eta bertara etortzeko gogoa sartzeko mezu pertsonalizatuak behar dira segmentu bakoitzarentzako.
Esan beharra dago, webgune hau 2016. urtean sortutakoa dela eta ekimen ezin hobea izan zela Hernanik jomuga turistiko bezala ezagutarazten laguntzeko.

Webgunea datuetan. Analytics:
Diagnostikoaren atal hau garatzeko, Hernaniko turismo webguneari lotutako Google Analytics perfileko datuak aztertu dira, erabiltzaileen joerak eta perfila hobeto ezagutzeko eta bide batez, etorkizuneko estrategiari lotutako klabeak identifikatzeko helburuarekin.



- 2016– 2017. urteetako datuen konparaketa- BISITAK

	2016	2017	Ondorioa
Urteko bisita kopurua	15.632	16364	✓ (%6,41)
Bisitatutako orri kopurua	46.549	47.748	✓ (%2,58)
Erabiltzaileko saio kopurua	1,23	1,26	✓ (%2,84)
Bisitaren iraupena	00:1:44	00:1:40	✗ (%-3,57)
Errebote portzentaia (orri bateko sesioak neurtzen dira, hau da, webgunetik irteten diren erabiltzaileak zuzenean sarrera orrira iritsi eta interakziorik burutu gabe)	%61,27	%64,65	✗ (%5,53)

Aldaketa positiboa eman da urte batetik besterako datuak alderatuz. Grafikoan eta taulan ikus daiteken moduan, urte batetik bestera bisita kopurua handitu egin da %6,41 eta webguneko atal gehiago bisitatu dituzte bataz beste. Alde negatiboa, aldiz, bisitaren iraupena izan da, izan ere, bataz besteko iraupena jaitsi egin baita %-3.57an. Honekin batera, errebote portzentaiaren datuak turismo web orrietan garrantzia duen datua da. Datu honek bisitari guztien artean web gunera iritsi eta zuzenean irten diren bisitarien datua da. Turismo webgunea izanda, bisitaria

bertan denbora luzez egotea interesgarria da, lurraldean zer egin eta zer ikusi dezakeen aztertzeko astia izan dezan. Kasu honetan, portzentaia hau nahiko altua da bi urteetan (2017an %64.65a). Datu hauek edukien erakargarritasun-maila, informazioaren erabilgarritasuna eta argitasuna edota webgunera iristeko kanalen baliogarritasuna erakusten laguntzen dute.

Bisita kopurua, urte hasieran handitzen da txotx garaiarekin bat eginez, nahiz eta kopuru altuena uda garaian ematen den, maiatza bukaeratik hasita, abuztua amaiera bitarte. 2017. urtean, data bat bereziki nabarmendu zen gainontzekoetatik: ekainaren 19an 259 bisita egon ziren, egun bakar batean. San Joan festen harira lortutako bisitei dagokio hain zuzen ere.

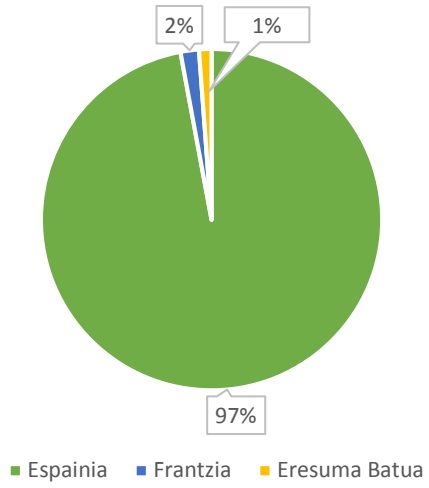
Webgune guztian, euskara eta gaztelaniako bertsioak kontutan hartuz, gehien kontsultatzen diren orriak honakoak izan ziren 2017an:

- Piscinas Recreativas (%16.39)
- Servicio de autobuses a sidrerías (%8.06)
- Inicio (%7.13)
- Red de senderos de Hernani (%4.79)

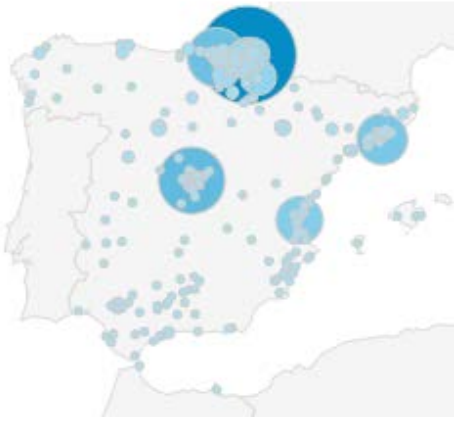
- 2017. urteko datuak- BISITARIA

Eskuratutako datuek diote, 2017. urteko bisiten %93,94a Espainiar estatuko erabiltzaileak izan zirela, %1,69a frantziar jatorrikoak eta %1,14a Erresuma Batukoak izan ziren.

Hizkuntzari erreparatuz gero, webgunera bisita egin zutenen %86,96 gaztelaniaz konfiguratutako sarbide batetik egin zuten, %4,41 ingeleraz eta %2,21 euskarazko zerbitzaria erabili zuten. Kontuan eduki behar da, nahiz eta ingeleraz bisita gutxi jaso (gaztelaniarekin alderatuz), bezeroa definitzerako orduan, turista internazionala segmentu garrantzitsutzat jotzen bada, webgunea hizkuntza horretan garatzea beharrezkoa izango dela.

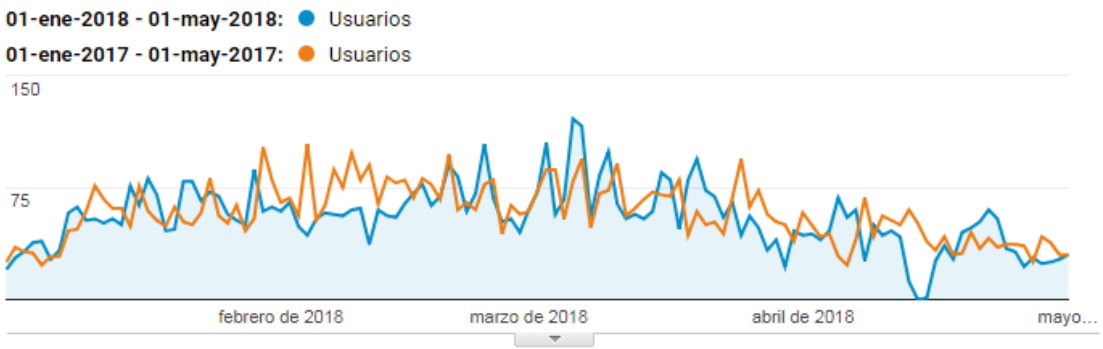


Espainiar estatuko bisitei dagokionez, taulan ikus daitekeen bezala, gertuko herrietatik eta estatuko hirigune garrantzitsuetatik jasotzen dira bisita gehienak.



Jatorrizko hiria	%	Bisita kopurua
Donostia	28.26	4.703
Madril	12.30	2.046
Bilbo	10.26	1.707
Bartzelona	7.90	1.314
Balentzia	6.11	1.016
Hernani	4.78	798
Iruña	3.70	616
Andoain	3.05	508

TXOTX GARAIKO DATUAK (2017-2018)

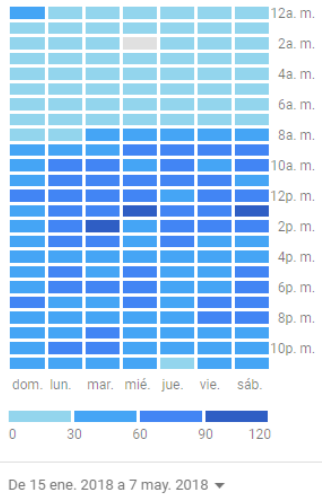


	2017	2018	Ondorioa
Denboraldiko Bisita kopurua	6.075	5.633	✗ (%-7.28)
Bisitatutako orri kopurua	19.103	17.659	✗ (%-7.56)
Bisitaren iraupena	00:1:55	00:2:07	✓ (%10.79)
Errebote portzentaia (orri bateko sesioak neurtzen dira, hau da, webgunetik irteten diren erabiltzaileak zuzenean sarrera orrira iritsi eta interakziorik burutu gabe)	60.16%	60.84%	✗ (%1.13)

- Bisitari kopurua jaitsi egin da.
- Bisitatutako orri kopuruak ere behera egin du.

- Bisitaren iraupenak joera positiboa izan du, 2018. urtean denbora luzeagoz egon dira webgunea kontsultatzen.
- Errebote portzentaia altua da garai honetan baita ere, eta gutxi gorabehera urtetik urtera mantendu egin da. Bezero potentzialak zein informazio behar duen eta bertan ikusi nahi duen aztertu beharko litzateke edukia eguneratu, aldatu eta erakargarriagoa egiteko.
- Hizkuntzak: Gaztelaniaz (%83,32), ingeleraz (%5,68), euskaraz (%3,32)
- Jatorria: 1- Donostia, 2- Madril, 3-Bilbo, 4-Balentzia, 5- Bartzelona, 6-Hernani, 7-Iruña
- %55,08a mugikor eta tablet-etatik kontsultatzen dute web orri hau, eta %45,92ak ordenagailuetatik.

Ondoko irudi honek, hernaniturismoa.com gunea txotx garaian duen kontsulta maila aurkezten digu, asteko eguna eta ordua kontutan edukita.



Kontsulta gehien dituen egunak/orduak:

- Asteartea 14:00tan
- Asteazkena 13:00tan
- Larunbatetan 13:00tan

Txotx denboraldian gehien bisitatzen diren atalak:

- Sagardotegietarako autobus zerbitzua (%17.40)
- Hernani Ezagutu (%7.97)
- Red de senderos de Hernani (%5.66)
- Hernani ezagutu- Txotx garaia (%3.28)

Bisitarien motibazioaren datuak ez ditugu eskuratu, baino honako datuekin, interpretatu dezakegu, Txotx garaian web gunea bisitatzen duten bisitarien motibazio nagusia sagardo munduarekin erlazionaturiko gaia dela, honekin zer ikusi duten zerbitzuekin hain zuzen ere.

Aipatzekoa da, Sagardotegietarako bus zerbitzua" atala bisitatzen duten pertsonen jokaera aztertzea. Izan ere, fluxuan ikusi daitekeen moduan, 2400 bisitetatik, %89.4a zuzenean web gunetik irteten da informazio hori ikusterakoan eta soilik %10.6ak web guneko beste atal batzuk bisitatzen ditu (Ezagutu, Gida praktikoa, santa barbara mendia, Etorri…)



3- Donostialdea eskualdea: Donostialdeko eskualdea osatzen duten udalerriak ezagutaraztea helburu duen web gunea da hau. Bi hizkuntzatan garatutako web orri dinamikoa da, gailu

guztietara egokitzen da (*responsive desing)* eta Twitter integratua dauka.

Eskualde hau ezberdintzen duen “Sagardo Lurra” saltzea bideratua dago gehien bat. Herri guztietan aurkitu daitezkeen turismo puntu erakargarrienak aurkezten ditu (gastronomiarekin, naturarekin, kulturarekin zer ikusi dutena, turismo sektoreko enpresak: jatetxeak, alojamenduak, sagardotegi, jardunaldiak, esperientziak eta proposamen ezberdinak.

Gainera, eskualdean programatuak dauden ekintza ezberdinen agenda ere aurkezten da hilabeteka eta notizia atalean Antolatzen diren aurkezpen ezberdinen berriak daude.

Esan beharra dago, web gune honen informazioaren gehiengo turista/bisitariari bideratua dagoela eta edukiari dagokionez, baliabideen informazioa nahiko osatua dagoela dirudi, hala ere komertzializazio ekintzak ez dira identifikatzen web orritik zuzenean eta sektoreko enpresen informazioa errepasatu beharra dago, bertako datu basearen informazioa eguneratua dagoela ziurtatzeko.

Publiko-pribatu elkarlana esperientziak saltzeko orduan ikusten da. Proposamen edo bertan azaltzen den planetako bat enpresa pribatu batek edo turismo sektoreko agente batek antolatzen badu, honen deskribapena eta kontakturako web orria eta telefonoa errazten dira bertan.

Web gune honetara dauden bisita kopuruak eta bisitariaren perfila ezin izan dugu aztertu, Analytics funtzioa oraindik aktibatua ez dutelako.



4- SanSebastian Region: Gipuzkoako foru aldundiak, Gizpuzkoako turismoa sustatzeko sortutako irudia dugu “San Sebastian Region”. Honen barruan, bost marka sortu dituzte: Ignaziotar Lurraldea, Landa Paradisua, Euskal Kostaldea, Sagardo Lurra eta Donostia.

Hernaniko udalerria “Sagardo Lurra” izenekoaren barruan sartzen da eta Web gune honetan, zonaldeka atal berezi bat bereizi dute. Bertan, sagardoaren mundu, kultura, eta txotx-a balioan jartzen dute, eta zonalde honetan dauden herriek eskaintzen dituzten esperientziak eta produktuak sustatzen dira bertan. Deskribapenezko informazioa ematen da bertan eta merkaturatzeak paper garrantzitsua jokatzen du kasu honetan. Bertan ikusi daitezkeen esperientziak erreserbagarri edo salgai baitituzte hortik zuzenean Erreserba Zentralaren bidez.

Hernani herriaren atal nagusian, herriaren deskribapen bat dago, puntu garrantzitsu batzuk izendatzen ditu eta kategoria hauetan plan eta esperientzia ezberdinak aurkezten ditu: Toki Xarmangarriak, Folk & Fest, Gastronomia, Natur Altxorrak, Kultura, Kirola, Planak Haurrekin. Hernaniko turismo web gunera ere esteka dago, bisitariak informazio gehiago nahi izanez gero.

Hernaniko turismo web guneko Analyticsen ikusi ahal izan dugunez, San sebastianregion.com gunetik ez ditu bisitari asko jasotzen.

4 hizkuntzatan garatutako web orri dinamikoa da, gailu guztietara egokitzen da (*responsive desing)* eta sare sozialak integratuak dauzka, bai eduki elkarbanatzeko eta baita BasqueCountry-ren Sare sozialak bisitatu ahal izateko.



5- Euskadi-Basque Country: Euskal Herriko beste herri eta hiribururekin bezala, Web gune ofizial honetan, Hernaniren deskribapen orokor bat aurkitu dezake turistak, eta mapan non dagoen kokatua. Honetaz gain, bertako baliabide eta errekurtsoen informazioa eskuratzeko aukera dago, eta web guneak orokorrean duen bilatzaile batera daraman esteketan klik eginez, filtroak erabiliz nahi den informazioa ikusi daiteke.

Web gune honek, Sansebastian Region, Hernaniko udaleko gunera eta Chillida Museoko Web gunera ere esteka zuzena dauka.

9 hizkuntzatan garatutako web orri dinamikoa da, gailu guztietara egokitzen da (*responsive desing)* eta sare sozialak integratuak dauzka, bai eduki elkarbanatzeko eta baita BasqueCountry-ren Sare sozialak bisitatu ahal izateko.

6- Urumea Arnastuz: Arano, Ereñozu, Goizueta, Hernani biltzen dituen marka da. 2013. Urtean sortu zen proiektu hau, eta Urumea bailarari bizia eman eta beste eskaintza turistikoetatik bereizteko helburuarekin sortu zen. Bisitariei, herri herri informazioa bilatuarazi ordez, udalen elkarlanaren bitartez, bailara osoa ezagutzeko aukera ematen duen web gunea da hau. Bertako Turismo Aktiboa, Natur inguruneak, Turismo Kulturala eta Herriak aurkezten dira. Interes turistikoa duten baliabideak aurkezten dira, (zer egin, non jan, non lo egin…) eta bezero perfil ezberdinetara bideratuak dauden esperientzia aukerak ikus daitezte bertan. Bi hizkuntzetan garatutako web orri dinamikoa da, gailu guztietara egokitzen dena *(responsive desing*) eta sare sozialak integratuak dituena. Martxan dauden produktu turistikoak promozionatzen dituzte eta informazio gehiago aukera ematen dute web orrian bertan dagoen formulario baten bidez emaila bidaliaz.

7- Negozio turistikoen Web guneak:

Diagnostikoaren 5. Atalean ikusi ahal zian den moduan, Hernaniko turismo sektoreko enpresa pribatuen on line presentzia hobetzeko aukera handiak daude.

Prozesuan sektore pribatuarekin gauzatutako bilera parte hartzaileetan jakin izan genuen, sektore honetatik gehienek informazio turistikoaren falta somatzen dute eta bertakoarekiko ez jakintasuna.

Alojamenduen aldetik, Komunikazio eta salmentan gabeziak ikusten dira. Bertakoa balioan jartzeko eta beraien bezeroei Hernaniko eskaintza turistikoa ezagutarazteko agente klabeak dira, eta ez jakintasun horrek, Donostia eta ingurua saltzera bideratzen ditu bertakoari buruzko informazioa eman ordez. Formakuntza falta: Teknologia berrien abantailak bereganatzeko beharra, hizkuntzen aldetik bezeroei kalitatezko arreta eman ahal izateko, eta salmenta-merkaturatze erraminten ezagutza falta.

Jatetxe-Sagardotegien maila ere, gai honetan nahiko baxua dela ziurtatu dezakegu. Bataz beste %63k dute web orria eta salmenta eta komunikazio aldetik lana dago egiteko. Eskualdean gastronomiak duen garrantzia kontuan hartuta, bezero askoren bilaketetan, non jan edo non afaldu dezaketen jakin ondoren, inguruan zer egin dezaketen ere jakitea beharrezkoa da, eta agente turistiko hauen papera berebizikoa da Hernani jomuga turistiko interesgarria bilakatzeko. Enpresa turistikoen aldetik, gida turistiko enpresen kasuan, aipatzekoa da, aurreko atalean esan bezala, Hernaniko enpresak izanik, bere zerbitzuen artean, Hernaniko edo eskualdeko eskaintzarik ez dutela. Udalarekin elkarlana aukerak ikusten ditugu bertan, Hernanik duen interes turistikoa eta ondarea balioan jartzeko.

2- Sare sozialak

Hernaniko promozio turistikoa sare sozialen bidez, gaur egun, Facebook, Twitter, Youtube, plataformetan presente dago.



1.Facebook: Hernani turismok 2015ean Facebook-eko Perfil berria sortu zuen Ta Puntu enpresarekin udal langileei eskainitako formakuntza baten ondoren.
(Aurretik, 2013. Urtean bi perfil sortu ziren, Hernani turismoa.7 eta Hernani Turismo. 2015ean Hernani Turismoa.7 ezabatu egin zen)



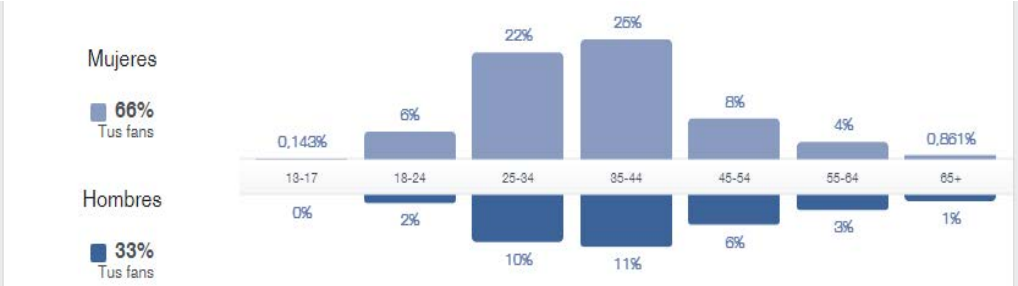
Urte hauetan zehar, jarraitzaile kopurua igo egin da 577 jarraitzailetatik, gaur egungo 697ko kopurura iritsiz.

Ez da inoiz inongo kanpainarik egin, helburu zehatz batekin Facebookeko erramintak aprobetxatuz turistak eta bisitariak erakartzeko.

Jarraitzailearen perfila aztertzerako orduan ikusten dugu:

- Gehiengoak emakumezkoak direla (%66 emakumeak, %33 gizonezkoak)
- Jarraitzaile gehiengoaren adin tartea 35-44 urte bitartekoa da (%25), eta jarraika, 25-34 urte bitartekoak (%22).

- Aipatzekoa da, jarraitzaile gehienak Hernaniarrak direla (697tik 258), ondoren gertuko herrialdeetako jarraitzaileak dira, Donostia eta Bilbo, Madril, Irun…
- Maila nazional eta internazionalari begira, jarraitzaileen gehiengoa Espainiar estatukoak dira, baino aipatzekoa da, Argentinatik ere jarraitzaileak dituela Hernanik, ondoren Frantzia, Irlanda eta Alemania dituelarik)

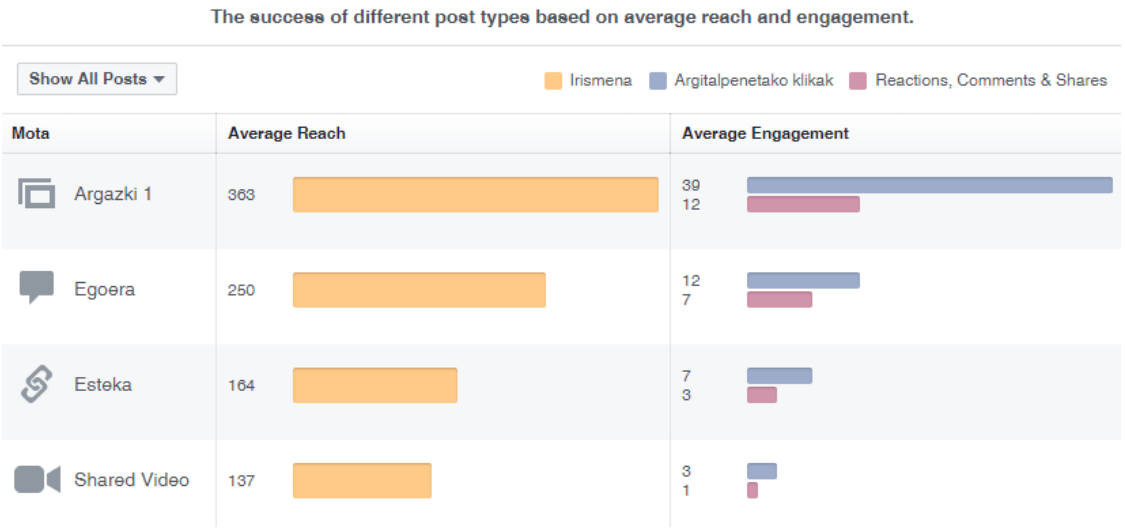


País	Tus fans	Ciudad	Tus fans	Idioma	Tus fans
España	661	Hernani, País Vasco, E...	258	Español (España)	397
Argentina	11	San Sebastián, País V...	86	Español	193
Francia	3	Bilbao, País Vasco, Es...	31	Vasco	83
Irlanda	3	Madrid, Comunidad de ...	28	Inglés (Estados Unidos)	8
Alemania	2	Irún, País Vasco, España	27	Rumano	4
Estados Unidos de Am...	2	Rentería, País Vasco, ...	19	Francés (Francia)	2
Brasil	2	Urnieta, País Vasco, E...	14	Alemán	2
México	2	Andoáin, País Vasco, ...	12	Catalán	2
Portugal	2	Astigarraga, País Vasc...	11	Portugués (Portugal)	2
Australia	1	San Sebastián, País V...	10	Ruso	2

Bertan publikatzen den edukiari dagokionez, hurrengo irudian ikus daitekeen bezala, azken bi urte hauetan argazkiak, argitalpenak, estekak eta bideoak partekatu dituzte. (Perfil erakargarriago eta dinamikoago bat sortzeko, sare honek dituen erramintak nola kudeatu eta aprobetxatu aztertu beharko litzateke, jarraitzaile gehiago lortu eta Hernanik eskaini dezakeena jende gehiagori erakutsi ahal izateko).

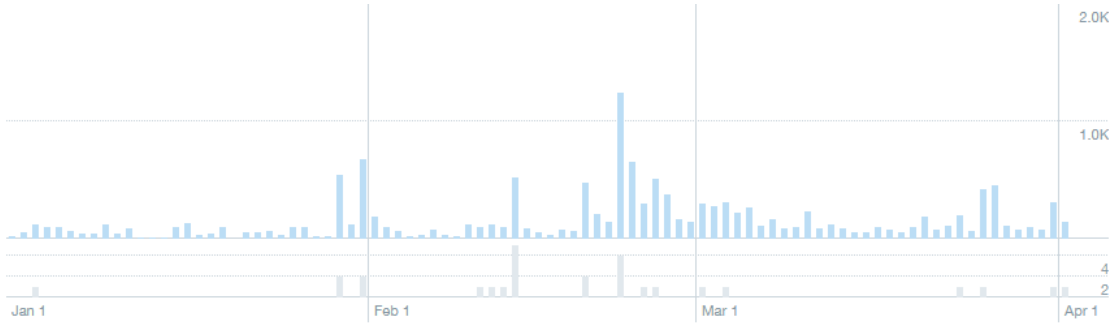
2018ko urtarriletik- maiatzera egon diren argitalpenak kontutan edukita (txotx garaia) perfil nahiko dinamikoa dela esan daiteke (astean behin edo bitan argitaratuz), hala ere, argitalpenek eduki dute erreperkusio edo eragina, oso baxua izan da (argitalpen bakoitzeko 157 pertsonei iritsi zaie bataz beste). Hernanin programatzen diren turismo esperientziak ezagutarazten dituzte bertatik, eta gehienetan kultur eta ekitaldien agendari buruzko informazioa da argitaratzen dena (azokak, ekitaldi bereziak, korrika lasterketak, etab.)eduki propioaren bitartez edota Kronika eta antzeko web guneetatik estekak elkarbanatuz. Honekin batera esan dezakegu, publikatzen diren notizia gehienak herritarrei begirako ekintzak direla. Kasu honetan,

euskara eta gaztelania erabiltzen dira komunikazio hizkuntza bezala argitalpen ia guztietan (euskara jartzen da gaztelaniaren gainetik).



2. Twitter:

Gaur egun Hernani turismok aktibo mantentzen duen perfila @hernanturismo izenekoa da, 2013ko otsailetik martxan dagoena. Gaur egun, 409 jarraitzaile dauzka eta 376 txio argitaratu dira. Facebook-en argitaratzen den eduki berdina elkarbanatzen da bide honetatik eta era berean, euskaraz eta gaztelaniaz argitaratzen dira albiste zein informazio turistikoak. Argitalpen eta partekatutako edukien maiztasunari dagokionez, Facebooken bezala, nahiko maiz argitaratzen da eta duen eragina Twitterren Facebooken duena baino handiago da.



3. Youtube: Bideo atari honetan, ez da Hernani Turismoren markapean perfilik existitzen. Aldiz, Hernaniko udalak badu bere perfila, bertako ekitaldiak eta ekintzak aurkezteko erabiltzen du baino helburu turistikorik gabe.

Sare sozialen kudeaketari dagokionez, ikusten da, argitalpenak egiteko irizpide bat badagoela. Hala ere, turistikoki erakargarria izan daitezkeen baliabideak balioan jartzeko edukia landu beharko litzateke beste gauza batzuen artean eta Hernanik urte osoan zehar duen aukera jendeari aurkeztu.

OFF LINE

1- Eskuorriak: Hernaniko turismo sailak, bertako errekurtsoen promoziorako eskuorri ezberdinak garatzen ditu (ibilbideak, planoak, mapak…) Honetaz gain, urtean zehar ematen diren jardunaldientzat ere eskuorriak ateratzen dituzte urtero (Bakailao astea, pintxotx, pintxo lehiaketa, Tren berdea, erremontea, bisita gidatuak…) Hauetako ekitaldietako batzuk beste turismo agenteekin batera antolatzen dituzte eta bai kudeaketa eta baita promoziorako ere elkarlanean aritzen dira (Behemendi, Mendiz Mendu, Sagardoaren Lurraldea, Berriak elkartea…).

Donostialdeari dagokionean: eskualde mailan ere euskarriak garatzen dituzte Hernani herri mailan eta Donostialdean duen garrantzia erakusteko. (eskualdeko planoak, Donostialdea ibilbideen mapak, turismo gida, Gastromapa, Donejakue bideko etapak…)

2- Feriak eta foroak: Turismo azoketan eskualdearekin batera agertzen da Hernani eta ondorengo ferietan egiten dute eskualdeko promozio eta merkaturatzea Euskadiko Stand-aren barruan: Fitur, Navartur, Sevatur, BarcelonaTravel, Expovacaciones, Intur, Ficoban.

2017 urteko azaroan, 3 egunez Sagardo Forum-a antolatu zen Hernaniko Orona Ideo eraikinean, Sagardoari buruzko jardunaldiak izan ziren. Sagardoaren lurraldeak antolatutako jardunaldia da, eta Hernaniko udala Laguntzaile moduan parte hartu zuen Donostialdeko Astigarraga eta Usurbil udalerriak bezala.

3- Prentsa/ Irrati/ Telebista: Urtean zehar ematen diren jardunaldi bereziak, esperientziak, berriak, komunikabide hauetatik ere komunikatzen dituzte. Baten batean, iragarkiak txertatuz (irratia, Kronika aldizkaria, Diario Vasco, Noticias de Gipuzkoa…)

Gipuzkoa mailako bisitariak erakartzeko Komunikabide hauek erreperkusioa neurtzeko daturik ez daukagunez, ezin dugu jakin zein nolako eragina duten bertako anuntzio edo artikuluek.

O

2. Bidaia/Bisita bitartean:

1- Turismo bulegoetan presentzia:

- Hernanin bertan, Txotx denboraldiko asteburuetan eta udaran egunero (uztaila eta abuztuan), Turismo informazio gune berezi bat jartzen dute Biteri plazan.
- 2015. urtetik, San Sebastian Turismoko Boulevard-eko bulegoan, Hernanin urtean zehar antolatzen den eskaintza kultural eta gastronomikoaren informazioa dute, bertara gerturatzen diren turistei helarazteko (udan hiriguneko bisita gidatuak, urrian Bakailao astea…)
- 2016. urtetik, Foru Aldundiaren Boulevard-eko Explore San Sebastian Region turismo bulegoan Gipuzkoako beste eskualdeekin/markekin batera, “Sagardo Lurra” markapean (hau baita Donostialdeari dagokiona), jomuga honetan aurkitzen diren interes turistikoko errekurtso, ibilbide eta esperientziak helarazten dizkiete bertaratzen diren turistei.
- 2017. urtean Donostialdearen eskutik “Eskualdeen Txokoa” izeneko ekimenean parte hartu zuen Hernani Turismok, Boulevard-eko San Sebastian Region turismo informazio puntuan.
- Eskualdeko beste turismo puntuetan, Hernanik definitua duen eskaintza turistikoa aurkezten da (Andoain, Astigarraga, Ereñotzu…).

2- Jomugan seinalizazio turistikoa:

Seinalizazioa eta lurralde marketinga Hernaniren kokapen geografikoa ere kontuan hartu beharrekoa da. Izan ere, Donostia inguruan egotea eta, beraz, lurralde hau zeharkatzen duten hainbat errepideen inguruan egoteak, aukera anitzak ematen ditu barnealdeko turismoa sustatzeko. Kontutan eduki behar da, milaka pertsona pasatzen dela inguru honetatik, beraz hau aprobetxatuz, sinergiak bilatu behar dira eta Hernanik duen erakargarritasun turistikoaren salmenta ere egin behar da.

Herriaren marketinga egin behar da, errepide eta kaleetako seinaleztapenetik hasi eta turista herrian barrea non kokatuta dagoen jakiteko argibideak eskuratu ahal izatea.

Gaur egun Hernanin dagoen seinalizazioa:

- Turismo informazio puntura iristeko norabide seinaleak plaka eraikinean bertan + kubo horia eraikinaren ondoan.
- Nere Borda parke botanikora iristeko seinaleztapena.
- Chillida Leku museora iristeko norabidea markatzen duen seinaleztapena.



Biteri Kultur Etxeko seinaleztapena

- Herrian zehar Done Jakue Bideko seinaleztapen ofiziala.
- Erdigunea, udala, kultur etxea, eliza...
-Turismo informazio puntura iristeko seinaleztapena: norabide seinaleak + plaka Biteri Kultur Etxeko fatxadan + kubo horia eraikinaren ondoan.
- Laiaren ibilbidea: totem-a Gudarien plazan, ibilbidean zehar geldiune puntuak adierazteko plakak (ibilbidearen seinale gehienak erdigunetik kanpo daude).



Turismo seinaleztapena herrian zehar.

Erdigunetik kanpo dauden seinaleak:
- Santa Barbara gotorlekua (norabide seinaleak).
- Ibilbide urdinen seinaleak (pintura markak + panel informatiboa ibilbideen hasieran).
- PR eta GR ibilbideak (pintura markak + panel informatiboak Ereñotzun).
- Ongi etorri panelak (herriko 3 sarreretan).

Beti ere Hernaniren berezko baliabideak landuz, turistek eta bisitariek jakin dezatela Hernaniko herrian daudela, eta bertan badaudela beste hainbat gauza egiteko eta ikusteko.
Proiektu honen baitan burututako bilkura desberdinetan azaleratu da Hernaniko aparkaleku publikoen seinaleztapena hobetzearen beharra eta, bide batez, erdigunetik gertu dauden aparkalekuen kopurua ere handitzea mesedegarria izan daitekela kanpotik datozen bisitariei begira.

3- Teknologia berrien bidez, informazio erabilgarria bidaian zehar.
Informazio praktikoa komunikazio kanal on line eta off line guztietan erabilgarria eta eguneratuta egotea ezinbestekoa da turisten kalitatezko esperientzia bermatze aldera (publiko zein sektoreko enpresa pribatuen komunikazio kanaletan ere).
Lehenago aipatu bezala, turista konektatu baten aurrean aurkitzen gara, XXI. Mendeko turista. Bidaian zehar bisitariak behar dituen argibide guztiak eskuragarri izan behar ditu bere mugikorretik modu errazean, eta nola ez, eguneratutako informazioarekin kasu guztietan.



Zerbitzu hau modu egokian bermatzearen ardura helmuga turistikoan parte hartzen duten kudeatzaile zein agente pribatuena izan behar du. Hortaz, garrantzitsua da elkarlan publiko-pribatua ematea eta jomugak eskaini dezakeen edukia, zerbitzuak, produktuak eta baliabideak interneten (sare sozialetan zein webguneetan) eskuragarri edukitzea eta bilaketa eta erosketa prozesuak ahal den neurrian erraztea (erreserba onlinek ahalbidetu, hizkuntza aniztasuna, irisgarritasuna…)

4- Datuen bilketa

Hernanin, eta baita eskualdean ere, turismo bulegoen homogeneizazioa eta koordinaketa falta sumatzen da. Horrek bisitarien erakarpen ahalmenean zein hauen inguruko erregistro jarraipenean eragin zuzena dauka. Zentzu honetan, egokia ikusten da Turismo Bulegoen Euskal Sarean, Itourbask, barneratzea (Andoaingo Leitzaran Bisitarien Etxea 2018ko udaberrian barneratu da sarera). Egitasmo hau erabiltzaileei, Euskal Autonomia Erkidego osoko turismoari buruzko informazio uniforme, eguneratu eta homogeneoa eskaintzeko helburua duen sarea da, Eusko Jaurlaritzak sustatu eta ezarritakoa. Horrela, Euskadiko helmuga turistikoaren turismo-informazio globala helarazten zaie bisitariei informazio bulego hauen bitartez. Sarean dauden bulegoek, beraz, erkidego osoko baliabide eta zerbitzuen inguruko edukiak eskaintzeko prestatuak daude.



Itourbask Turismo Bulegoak (2017).

Jarraian Itourbask sarean helburu eta zerbitzu-arlo desberdinak azaltzen dira:

- DOKUMENTAZIO ETA INFORMAZIO ZERBITZUA: Euskadiko turismo baliabide guztiak biltzen dituena. Horretarako, datu-base komunez baliatzen dira, eta atxikitako bulegoek etengabe hauek eguneratzeko ahalmena dute.
- EBALUAZIO ETA ESTATISTIKEN ZERBITZUA: Sarean atxikitako bulegoen kalitatea mantentzea eta horien erabiltzaileei buruzko datuak biltzea ahalbidetzen ditu. Puntu honek berebiziko garrantzia du edozein turismo-plangintza edota estrategia lantzeko oinarrizko informazio-euskarria baita. Hernaniren kasuan, bisitarien datuen bilketa sistema, datuen heterogeneotasuna eta turismo bulego-puntuaren egutegiaren mugak direla medio, ez dago datu base erabilgarririk gaur egun.
- PRESTAKUNTZA ZERBITZUA: Bulegoetako arreta eta informazio zerbitzua eskaintzen duten teknikarien prestakuntzan eragiten da urteko prestakuntza-plan baten bidez.
- HEDAPEN ETA KOMUNIKAZIOKO ZERBITZUA: Irudi korporatibo amankomuna zaintzen da.

Zerbitzu guztiek online plataforma baten bitartez kudeatzen dira, euskarri nagusitzat ITourbask Intranet aplikazioa alegia. Tresna hau sarean dauden bulegoen arteko lotura da. Beraz, epe motz-ertainean Itourbask sarean barneratzeko pausoak egitea litzake egokia Hernaniren kasuan eta baita eskualde mailako bestelako informazio bulegoen kasuan ere.

TURISMO BULEGOEN EUSKAL SAREARI (ITOURBASK) ATXIKITAKO TURISMO BULEGOEN ETA TURISMO INFORMAZIOA EMATEKO GUNEEN GUTXIENEKO BETEKIZUNAK

1.– Turismo Bulegoen Euskal Sareari (ITOURBASK) atxikitako turismo bulegoen barrunbean zerbitzu bakoitza eremu bereizian egon behar da, eta eremuok behar bezala hornituta eta seinalizatuta egon behar dira. Bulegoan beste zerbitzu bat ere ematen bada, bereizita eta identifikatuta egon behar da. Ezaugarri hauetara moldatu behar da:

a) Herritarrei laguntzeko eta erantzuteko eremuan bi atal egon behar dira: erantzun azkarreko atala eta laguntza pertsonalizaturako atala.
b) Autozerbitzu eremuan materiala erakusteko altzairuak egon behar dira, eta materiala eskuragarri, erraz identifikatzeko moduan eta ordena bideratzeko moduan antolatu egon behar da.
c) Erakusketa eremuan turismo-xedearen inguruko apaingarriak eta haren alderdi erakargarriei eta eskaintzari buruzko elementuak egon behar dira.
d) Lanerako barne-eremua egon behar da.
e) Edukiera nahikoa duen biltegia egon behar da.

2.– Turismo Bulegoen Euskal Sareari (ITOURBASK) atxikitako turismo informazioa emateko guneetan jendeari arreta emateko eremua eta promozio-materiala erakusteko eremua egon behar dira, gutxienez. Gunean beste zerbitzu bat ere ematen bada, bereizita eta identifikatuta egon behar da.

3.– Turismo Bulegoen Euskal Sareari (ITOURBASK) atxikitako turismo informazioa emateko guneek:

a) Teknologia berrietara eta sarearen datu-basera molda daitezkeen ekipo teknologiko eta informatikoak eduki behar dituzte (fax linea, inprimagailua, Internet sarrera ADSL konexioarekin, posta elektronikoa), bai eta aldian-aldian eskatzen diren guztiak ere.
b) Iradokizun-postontzia eduki behar dute; homogeneoa izan behar da zerbitzu guztietan.
c) Xedapen honetan ezarritako arauak ez ezik, irisgarritasunaren arloan indarrean daudenak ere bete behar dituzte, batez ere altzairuen diseinuari eta jendeari arreta emateko eremuaren banaketari dagozkienak, bai eta osasunaren arloan, ingurumenaren arloan, segurtasunaren arloan eta suteen aurkako babesaren arloan indarrean daudenetatik aplika dakizkiekeenak ere.
d) Euren ordutegia ezarri behar dute eta turismoaren arloko eskumena duen sailari jakinarazi. Nolanahi ere, ordutegiek gutxieneko baldintza hauek bete behar dituzte: Behe sasoian, gutxienez 6 egun egingo da lan astean, eta gutxienez 4 ordu egunean; gunea ezin da itxi ez larunbatetan ez igandeetan ez jaiegunetan ez zubi egunetan. Goi sasoian eta bisitari gehien izaten den aldietan, aste osoan eman behar

da zerbitzua, eta gutxienez 8 ordu egunean.
e) Irekita dagoen ordutegia edo aldia kanpoan agertu behar da, eta ahal dela baita gunea menpeko den administrazioak edo erakundeak guneaz argitaratzen dituen material guztietan, telefono-erantzungailuetako mezuetan eta webgunean ere.

4.– Turismo Bulegoen Euskal Sareari (ITOURBASK) atxikitako turismo bulegoetan nahikoa langile egon behar dira, eta langileok trebaturik egon behar dira zerbitzuak eskatzen dituzten turistei eta bisitariei ongi laguntzeko.

Iturria: Eusko Jaurlaritza, Industria, Merkataritza eta Turismo saila. EHAA Zk-6343, 279/2003 DEKRETUA, azaroaren 18koa.

3. Bidaia/Bisita ondoren:

Bisitarien bidaia-esperientzia ez da lurraldetik alde egiten dutenean bukatzen, etxerako itzuleran ere berauengan eragin daiteke eta, nola ez, bisitaren inguruko asebetetze maila ezagutu.

Datu baseen garapena.
Bidaiarien perfila osatzeko eta turismo-joeren aurreikuspenak burutu ahal izateko beharrezkoa da. Sektoreko agente guztien aldetik datu basea landu beharko da ondorengo estrategiak eta ekintzak era errentagarriago batean gauzatzeko. (Enpresa pribatuek bere bezeroen informazioa jaso eta kudeatu (emaila, perfila, beharrak…) eta baita sektore publikotik turista eta bisitarien datuak eta perfilak jaso eta kudeatu, estrategia bateratu bat definitu eta ekintzak gauzatzeko.

Bezeroaren asebetetzearen neurketa eta jarraipena.
Bisitariak Hernaniko enbaxadore bilakatu, hori da bisita bitartean eta ondoren lortu beharreko helburua. Bidaiarien arteko zuzeneko preskripzioa da helmuga turistiko batek izan dezaken promozio erraminta indartsuena, eta Hernani honetaz jabetu behar da