bizibiziki

HERNANIKO TURISMO HAUSNARKETA

ILDO ESTRATEGIKOAK
EKINTZA PLANA 2019-2021

2018. URTEA

Hernaniko Udala



0. SARRERA:

DIAGNOSTIKOAREN ONDORIO NAGUSIAK / AMIA

ETORKIZUNEKO ERRONKAK

1. IKUSPEGIA, MISIOA ETA HELBURU ESTRATEGIKOAK

Helburu estrategikoak

2 LAN ILDO ESTRATEGIKOAK ETA EKINTZA PLANA

1. GOBERNANTZA EREDUA ETA KUDEAKETA TURISTIKOA.
2. MERKATU ADIMENTSUA ETA DATUEN ANALISIA
3. MERKATU ETA PRODUKTU ESTRATEGIA
4. MARKA ETA KOMUNIKAZIOA
5. SEKTORE PRIBATUA
6. HERNANI. TOKIKO GARAPENA

3 EKINTZEN KRONOGRAMA

0. SARRERA:

DIAGNOSTIKOAREN ONDORIO NAGUSIAK / AMIA

Hernaniko udalak hurrengo urteetan turismoan jorratu beharreko lan ildoak jasotzen dira ondorengo dokumentuan. Lan honen baitan burututako diagnostikoa eta turismo iraunkorraren printzipioetan du oinarri. Asmoa beraz, ikuspuntu eta ekintzak zehaztu nahi dituen dokumentu egingarri bezain erreala izatea du.

Jomuga turistikoaren helburuak, erronkak eta beraz lan ildo edo ildo estrategikoak landu aurretik diagnostikoaren baitako **AMIA** ezagutzea ezinbestekoa izango da.

AMIA

INDARGUNEAK	- Turismo jardueran urteak daramatzan herria da Hernani eta kudeaketa turistikorako gune ezberdinetan parte hartzen du. - Ondare garrantzitsua du Hernanik. Ondare kulturala ugariena bada ere, ondare naturala (herriko azaleraren %23, 59 a Babestutako Lur Eremua da) edota gastronomikoak mapan kokatzeko aukera ematen dio. - Desberdintzen duen kultura gastronomiko propioa du eskualdeko beste herriekin batera. - Garraio sare ona dauka eta ondo komunikatutako herria da Hernani. - Zenbait iraunkortasun irizpideetan Turismoak ez du eragin negatiborik izan. Hala ere Txotx denboraldiko errealitateak sortutako egoeren eta iraunkortasun indikatzaileen analisirik ez da jaso. - Sektore pribatuak lanerako jarrera ona adierazi du bilkura ezberdinetan eta deneko elkarlanerako joera adierazi dute. - “Herri bizia da, nortasun propio duena”. Kulturalki oso aktiboa eta herri izaeran oinarritzen dena. Komertzio sarea ere indartsua dauka. - Txotx garaiko produktuen egonkortze bidea.
AUKERAK	- Donostiako gertutasunak aukera izan daiteke bisitarien sinergia berriak sortzeko. Eskaintza desberdindua dauka Hernanik. - Sagardoaren kultura osatzen duten ondare eta baliabide turistikoen gaineko lanketa burutzea desestazionalizazioan eragiteko. - Done Jakue Bidea indartzeko aukerak ditu Hernanik eta eskualde mailan lanketa egiteko ondarea da. Hortaz gain, bisitari berria erakarri aukerak eskaintzen ditu. - Herriko zenbait ondare balioan jartzeko aukera izan daiteke turismoa. Turismo historiko-kulturala indartu eta zenbait baliabidera sartzeko hausnarketa bideratzeko tresna.

	- Bere ondare eta baliabideetan oinarritutako produktu berriak sortzeko aukera du Hernaniko herriak segmentu eta turismo nitxoei begira:
	  • MICE turismoa. Herriko Hotelek enpresetako bezeroak dituztela adierazi dute eta beraz aukera bat izan daiteke.
	  • Turismo aktiboa. Urumea bailara eta bertako baliabideak turismo aktiboko ekintzak indartzeko aukera ematen du.
	  • Agroekologia. Herri mailako eta inguruetako eragile erreferenteekin lan egiteko aukera dago.
	  • Dona Jakue bidea. (Azalduta)
	- Autokarabanen segmentua turista nitxo berri bezala aztertzeko aukera.
	- Errealitate turistikoak herri kudeaketan eragiteko aukera.

AHULGUNEAK	- Gaur egungo posizionamendua zuzenean Txotx garaiari lotutako errealitatera lotzen zaio. Sagardoaren kultura = festa giroa= parranda. - Gero eta estazionalizazio altuagoa erakusten du errealitate turistikoak txotx garaia eta Udaren artean. - Txotx garaiaren gaineko planifikazio iraunkorraren falta. - Txotx garaian zenbait ekintza turistiko garatzeko zailtasuna. - Herri mailako planifikazio eta estrategia turistikoan lanean aritzeko parte hartze foro eta dinamika definizio falta. - Turismora bideratutako finantzaketa baxua herri mailan eta eskualde mailan. - Sektorearen prestakuntza. Ondarearen gaineko informazio falta. - Sektore pribatuaren formaziorako beharra. - Turismo bulegoaren kokalekua eta itxura. Ez da baliabide nagusien inguruan kokatzen. - Sektore pribatuaren kalitatezko zigiluen falta. - Bertako turismo enpresa ditun herria. - Marka turistikoak ez du hiri posizionamendua irudikatzen. - Komunikazio eta promozio estrategiaren falta. - Dokumentazio eta datu base egokiaren falta datuen analisi eta errealitate turistikoaren segimendurako. - Produktu turistikoan iraunkortasun programen falta. - Eskualdeko garapen agentziaren falta errealitate turistikoan. - Autokarabana gunearen kokalekua eta bere araudiaren eraginkortasun falta. - Turistek “ihesa” inguruko herrietara. - Alojamenduen okupazio tasa jaitsiera eta tasa baxua orokorrean. - Turismoaren eta ondarearen iraunkortasunerako indikatzaileen falta.
MEHATXUAK	- Donostiako gertutasunak herri izaeran eta estruktura ezberdinetan izan dezakeen eragina. - Turismoaren eraginez zenbait ingurune naturaletan eman daitekeen degradazioa. - SS Region markaren azpian bere lekua eta eredua ez bilatzea. - Apartamendu ez arautuen ugaritzea. - Herritarren pertzepzio txarra turismo errealitatearen inguruan. - Masifikazio arazoak txotx garaian. - Kanpoko enpresen operatibitatea, bertako agenteak kontuan hartu gabe. - Beterri-Buruntzaldea Garapen Agentziak turismo estrategia eta kudeaketa barneratua ez izatea.

ETORKIZUNEKO ERRONKAK

AMIA horren baitan jasotzen den argazkiak egungo egoeraren ispilua adierazten du baina baita etorkizunari begira Hernaniko udalak kontuan hartu beharreko erronka orokorrak ere. Ondorengo taulan erronka garrantzitsuenak azpimarratu dira ildo estrategikoen identifikazioan lagundu eta ekintza planerako egon daitezkeen lan lerroak ikusarazteko. Etorkizuneko erronkak, diagnostikoan burututako lanketaren baitan sailkatu dira:

ERRONKA	AZALPENA
EREMUA: **GOBERNANTZA EREDUA ETA KUDEAKETA**	
ERRONKA: HERNANIK BERE IZAERAN OINARRITUTAKO TURISMO EREDU PROPIOA LANDU BEHAR DU.	Turismo iraunkorraren klabeetan eta ildo estrategikoen irizpide edo printzipioetan oinarrituta, Hernanik turismoan alorrean duen erronka garrantzitsuenetakoa bere herri izaera mantenduz turismo eredu propioa lantzea da. Sektore publiko zein pribatuaren parte hartzean oinarrituko dena eta herriko agente ezberdinen inplikazio aktiboaren bitartez landuko dena.
ERRONKA: SEKTORE PUBLIKO ETA PRIBATUAREN ARTEKO PARTE HARTZE EREDUA SORTU BEHAR DU.	Turismo jarduerak gizartearen sektore guztietan du eragina eta beraz ikuspuntu holistikotik lantzea eta irudikatzea ezinbestekoa da. Oraindik ere sektore publikoa eta pribatuaren arteko loturak eta estrategiak lantzea ezinbestekoa izango da errealitate horren eragin negatiboak gutxitu eta sektore indartsu zein lehiakor bat irudikatzeko. Hernaniko kasuan, garrantzitsua izango da alderdi akademikoa batetik parte hartze ereduaren barne kokatzea. Gaur egun turismoa eta aisiaren inguruko goi mailako zikloa eskaintzen da herriko zentro batean eta elkarteak bestetik errealitate turistikoa (elkarteen hartu-emana eta kooperazio ikuspuntutik ulertuta) gestio eredu baten parte bihurtzea.
ERRONKA: TXOTX GARAIAK ETA TURISMOAREN ARTEKO LOTURA	Txotx garaiak eta sagardotegiek Hernani mapa turistikoan kokatzea eragin dute. Errealitate horrek zenbait egoera positibo sortu dituela ukaezina da baina eragin negatiboak gailentzen ari direla ere erakutsi dute azken aldian sortu diren herri dinamikek. Udalak lanean dihardu egoera honen kudeaketan azken urteetan eta eragile klabeekin burutzen du urteko plangintza. Gestioaren ikuspuntutik erronka konplikatua den arren, Txotx Mahaiaren urteko planifikazio iraunkorra eta bisitaria zein herritarrei begirako lanketa burutzea ezinbestekoa izango da. Garrantzitsua izango da ere, eskualdeko herriak errealitate honen parte egitea eta egoeraren gaineko arduren hausnarketa burutzea.
ERRONKA: BETERRI GARAPEN AGENTZIAREN BAITAN TURISMO TEKNIKOA	Gobernantza estrategiak, jomuga turistikoaren posizionamenduan lan egiteko erronka du, hala, Hernanik bere errealitateari erantzuten dion turismo eredua landu behar badu ere eskualde mailako estrategia bateratuan lan egiteak baliabideak optimizatu eta indarrak biltzea ekarriko du. Hortaz, garapen agentziaren papera ezinbesteko elementua da eta, bide batez, Beterri Garapen agentziaren instalakuntzetan sortzen diren sorkuntza- eta lan-dinamikez baliatzeko, interesgarria izango litzake turismo teknikaria bertan egotea.

ERRONKA: TURISMO ADMINISTRAZIO DESBERDINEN ARTEKO HARREMANAK SENDOTU	Turismoan alorreko erronka gehienak ezin dira soilik administrazio lokaletik ekin. Eskualde, probintzia nahiz erkidego mailan turismoan politiken arduradunak diren instituzio desberdinekin batera lanerako sortutako guneak indartu eta sustatzea. Hernaniren estrategia beste estamentuetako estrategiarekin lerrokatzea. Hala nola, Donostialdea, Gipuzkoako Foru Aldundia eta Basquetour-ekin lanerako guneak eta foroen sendotzea.

EREMUA:
BALIABIDEAK ETA PRODUKTUAK

ERRONKA: ZENBAIT BALIABIDEK ETA ONDAREK MAPA TURISTIKOAN PRESENTZIA NABARMENTZEA	Hernanik ondare ugaria eta aberatsa duela ikusi dugu burututako analisian. Aldiz, txotx garaiari lotutako errealitateak, komunikazio estrategiaren gabeziak, edota ondarearen gaineko esku hartze faltak mapa turistikoan pisua galtzea eragin du. Baliabidearen gainean lan egiten duten enpresa turistikoen falta ere nabarmentzekoa izan da.
ERRONKA: PRODUKTU BERRIAK, HAUEN BALIO ERANTSIA ETA DENBORAN IRAUNKORRAGOAK BULTZATZEA	Produktu turistikoak bisitariaren motibazio nagusia izatera iritsi daitezke eta kontsumitu daitekeen errealitatea da. Ikusi dugun bezala produktu gehienak sagardoaren kulturarekin zerikusia dute. Ildo berriak lantzea garrantzitsua izango da, hala nola: agroekologia, turismo aktiboa edota MICE produktuak.
ERRONKA: HIBRIDAZIOA. BESTE SEKTOREETAKO AGENTEEKIN BATERA ESKAINTZA ABERASTEKO EKINTZAK	Turismoaren sektorea diziplina-anitzeko jarduera da berez, izan ere, bestelako sektoreekin loturak eta eraginak oso naturalak dira. Dena den, sektorean berrikuntza sustatzeko, beste arloetako kontzeptu eta produktuekin konbinaketak lantzea lan-ildo arrakastatsua eta aberasgarria dira. Sektore desberdinetako kontzeptuak batzeak turismo eskaintza zabaldu, dibertsifikatu eta desberdindu dezake, esate baterako: turismoa-kirola, turismoa-merkataritza, turismoa-industria.
ERRONKA: IRAUNKORTASUN INDIKATZAILEEKIN LAN EGITEA	Herriko ondarearen gaineko eta hauen baitan sortu daitezkeen produktuei begira ezinbestekoa izango da iraunkortasun irizpideak identifikatzea.

EREMUA:
SEKTORE PRIBATUA

ERRONKA: SEKTORE LEHIAKORRA SORTZEA	Diagnostikoak agente pribatuen zenbait sektoretan formazioaren beharra antzeman du, beraz hauen lehiakortasunean hobetzeko erronka landu beharreko ildoa litzateke.

EREMUA:
KOMUNIKAZIOA ETA PROMOZIOA

ERRONKA: INFORMAZIO PUNTUAREN PRESENTZIA HOBETZEA	Hernanik bisitarien arreta zerbitzua hobetzeko beharra dauka. Bidaiaren aurreneko faseetan, hau da, bidaiaren prestaketan eta bidaia bitartean, garrantzitsua da bisitariak arreta zerbitzua kalitatekoa, egokia eta efektiboa jaso ahal izatea. Hortaz, turismo bulego zein informazio puntuen eraginkortasunean eragin behar da, "bulegoa bisitariengana hurbiltzea" helburuarekin. Alde batetik, kokalekua birplanteatzeak eta arreta zerbitzuaren egutegi-ordutegiak zabaltzea eta, bestetik, bisitariak bidaia prestatzeko garaian aurretiko informazioa jasotzeko modua erraztea (webgunean bitartez informazio praktikoaren eguneratzea, online chat sistema baten bidezko arreta emateko aukera, etab.).
ERRONKA: HERRI MARKAREN BAITAKO TURISMO ESTRATEGIA KOMUNIKATZEA	Turismo estrategiak jasotzen dituen lan-ildoak eta ekintzak modu antolatuan komunikatu eta zabaltzea ezinbestekoa da. Azken bezeroak erakartzeko eta baita herritarren sentsibilizazioa eta inplikazioan eragiten laguntzeko ere.
ERRONKA: KOMUNIKAZIORAKO KANALEN HOBETZEA ETA SAILKATZEA	Erronka hau bi planotan ulertu behar da: sektoreko agenteen arteko barne komunikazioa eta sektoreak publiko objektiboari zuzentzeko kanalen erabilera egokia egitea.
ERRONKA: DATUEN ANALISIA HOBETZEA	Helmuga turistiko adimentsua. Etorkizuneko helburuak betetzeko eta ekintzen eraginkortasuna bermatzeko, helmuga turistikoaren lehiakortasunean eragingo duen informazio sistema eta ezagutzaren kudeaketa egokia egitea. Informazio iturri desberdinetatik bildutako datuak interpretatu eta aztertzeko baliabideak jartzea funtsezkok erraminta izango dira.

EREMUA:
BISITARIA

ERRONKA: BISITARIA HOBETO EZAGUTU BEHAR DUGU	Bisitaria ezagutzeak (turista, txangozalea, motibazioa, bidaiaren estruktura…) bere beharrak identifikatzen laguntzen du eta beraz errealitate turistikoan parte hartzen duten agente, zerbitzu edo azpiegitura ezberdinen optimizazioan eragitea. Ildo honetan, Hernaniko errealitate turistikoaren baitan (txotx garaia eta uda) bisitarien monitorizazioan lan egitea erronka litzateke.
ERRONKA: BISITARIA TURISTA BIHURTZEKO ERRONKA	Txotx garaiko datuek eta okupazio tasak Hernanin Turista kopurua baxua dela erakusten digute. Honela hurrengo urteetako erronketako bat Hernani gertuko bisitariaren aurrean posizioa hobetzea izango da.

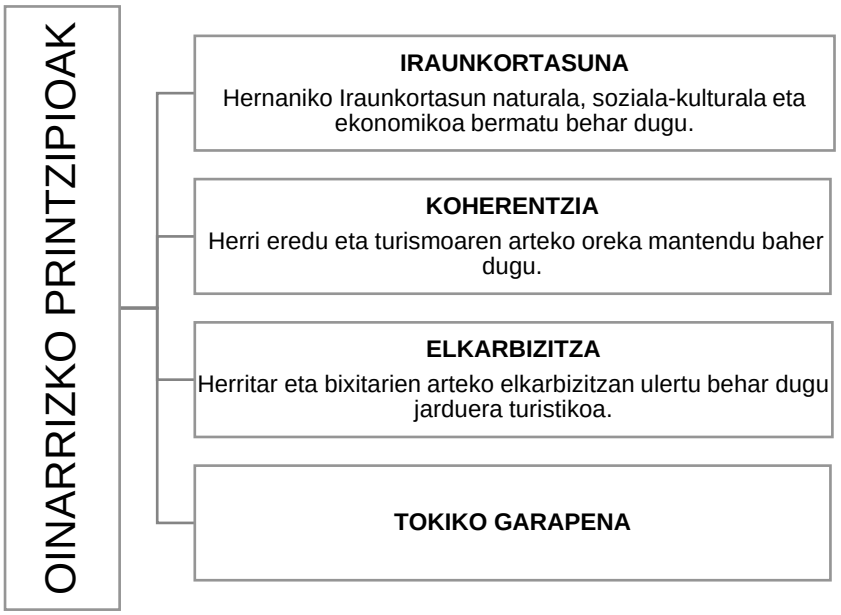
ERRONKA: DESESTAZIONALIZAZIO IRAUNKORRA BULTZATZEA	Udako bisitarien jaitsierak eta txotx garaiko bisitarien igoerak, txotx garaiak turismoaren errealitatearekin geroz eta lotura handiagoa duela erakusten du eta, baita ere, jomuga turistikoak erakusten duen garaikotasuna nabarmentzen doa. Beraz, egoera honi soluzioa ematen saiatzeko produktu turistikoek esaterako, garrantzi berezia izango dute.
EREMUA: **TOKIKO GARAPENA**	
ERRONKA: HERRITARREN SENTSIBILIZAZIOA	Herritarrak turismoan errealitatearen aktibo garrantzitsuak diren neurrian, sektorearekiko gertutasuna eta inplikazio baikorra erakustea helmuga turistikoen kudeaketa eta planifikazioan ardura duten instituzioek bermatu beharko luketen gaia da. Hortaz, turismoa eta herrian garatzen den turismo ereduan txertatzeko ekimenak sustatzea helburu garrantzitsua dira.
ERRONKA: TURISMOAREN ERRENTAGARRITASUNA HERRITARREN ONURAREN PERSPEKTIBAN LANTZEA	Turismo herriaren mesedetan ulertzea (turismora bideratzen den herriaren aurka) herriaren gaineko ikuspegia zabaldu eta turismoaren izaera soziala ulertzea dakar. Ikuspuntu honetan, herri mailan egon daitezkeen erronkei erantzuteko aukerak aztertzea dakar; Gazteen langabezian eragiteko aukeren aztertzea, emakume etorkinen inguruko iniziatibak sortzea, herriko merkataritzan eta bertako produktuak (Beterri km0) indartzeko tresnak garatzea …

1. IKUSPEGIA, MISIOA ETA HELBURU ESTRATEGIKOAK

Turismoak, Hernaniko herrian izan behar duen bisioa eta misioa identifikatzea etorkizuneko lerro estrategikoak lantzeko oinarri dira. Kontzepziorik abstraktuenak badira ere, ikuspegia finkatzen laguntzen duen kontakizuna da. Identifikatutako ikuspegia, burututako bilera parte hartzailetan eta landutako diagnostikoan dute oinarria.

Ikuspegia	Misioa- HELBURUAK
• Turismo iraunkorra, parte hartzailea (turismo aktiboa eta koordinatua) eta solidarioa bultzatu nahi da Hernaniko herrian. • Ondare aberatsa duen jomuga herrikoia gara eta ikuspuntu horretatik eta bi errealitateen arteko orekan oinarritu nahi da Hernaniko turismoa.	• Hernaniren posizionamendu turistikoa definitzea eta kalitatezko eskaintza turistikoa estrukturatzea. • Gobernantza estrategia propioa definitzea. • Jomugaren iraunkortasun turistikorako kontrola eta segimenduan eragitea. • Txotx garaiaren inguruko errealitateari erantzutea.

Ikuspegi horren baitan Hernanik, bere turismo eredua lantzeko beharra adierazten du eta eredu horretan herritarrak (elkarteak, herriko sare dinamikoa eta antolatua) ikusten dira turismoaren aktibo garrantzitsuenak. Ikuspegiak, kudeaketa turistikoan izango du isla garbiena eta turismoa ulertzeko unibertso zabal eta iraunkorrean oinarrituko da. Ondoren identifikatzen diren lan ildoak beraz, ereduaren gaineko oinarriak ezartzera datoz, eta aipatu bezala identifikatutako erronkei erantzutera.



HELBURU ESTRATEGIKOAK

A) Posizionamendu turistikoa:

Hernanik, herrirako identifikatutako garapen ereduak jomuga turistikoaren ereduarekin bateragarri izan behar du, honela herriak dituen erronka eta helburuekin bat egin behar du. Lehiakortasuna eta iraunkortasunaren arteko orekan oinarritutako turismo estrategia garatuz herritarren parte hartze aktiboa eta eredu propioetan kokatuz. Honela, merkatuan kokatu nahi duen turismo eredua garbi izatea eta horri bideratutako kalitatezko eskaintza zabaltzea eta kudeaketa eredu propioa garatzea ezinbestekoa izango du.

Merkatu estrategia eta produktuen egokitzapena izango dira posizionamendu honetan lagunduko duten ekintza ikusgarrienak.

B) Gobernantza estrategia propioa definitzea:

Sektore turistikoaren lehiakortasuna, jomuga turistikoaren agenteen baturatik dator. Horregatik garrantzitsua da jomuga turistikoaren agente inplikatuak ondo identifikatzea eta hauen koordinazio eta interesak (askotan kontrajarriak) kudeatzea.

C) Jomugaren iraunkortasun turistikorako kontrola eta jarraipenean eragitea.

Hernanik iraunkortasunean oinarritutako Herri ereduan lanean dihardu azken urteetan eta erronka ezberdinak jarri ditu martxan ildo honetan. Turismoak ere lanketa horren parte aktiboa izan behar du eta ezinbestekoa izango da iraunkortasun ekonomiko, sozial eta naturalean oinarritzen den ildoak martxan jartzea. Horretarako, herritarren ongizatean eragiten duten indikatzaileak identifikatu eta hauen gainean lan egitea ezinbestekoa izango da.

D) Txotx garaiaren inguruko egoerari turismoan arlotik erantzun bat ematea.

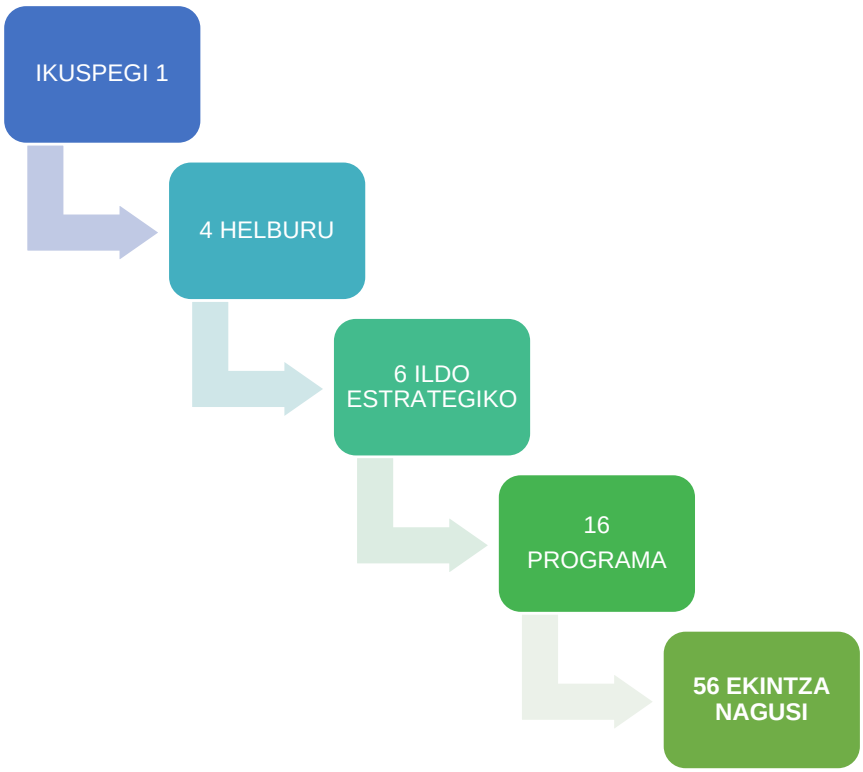
“Txotx garaia”-ri dagokion kudeaketa eta planifikazioa udal, sagardogile eta bizilagunen arteko errealitatea izatetik, herri osora zabaldu den gaia izatera bihurtu da. Turismoan errealitatearen diagnostikoan, sagardotegiaren kulturan lan egiteko beharra azpimarratu du eta bisitarien etorreraren inguruan eragiteko estrategiaren beharra mahaigaineratu.

2. LAN ILDO ESTRATEGIKOAK:

Aurreko atalean markatutako oinarrizko helburuetatik abiatuta, Hernanin turismoan sektorean etorkizunean jorratu beharreko sei lan ildo identifikatu dira:

1. GOBERNANTZA EREDUA ETA KUDEAKETA TURISTIKOA.
2. MERKATU ADIMENTSUA ETA DATUEN ANALISIA
3. MERKATU ETA PRODUKTU ESTRATEGIA
4. MARKA ETA KOMUNIKAZIOA
5. SEKTORE PRIBATUA
6. HERNA*NI*. TOKIKO GARAPENA

Lan ildo hauek, bestalde, programa eta ekintza zehatzak jasotzen dituzte beraien baitan.



EKINTZA PLANAREN EGITURAKETA ETA EDUKIEN INGURUKO OHARRAK:

0.0	**EKINTZA**	*Ekintzaren izenburua edo ideia nagusia jasotzeko atala. Kasu batzuetan, ekintzen izaera partehartzaile edo irekia dela eta, ez da zehaztapen maila altuena eman nahi izan, abiapuntuko ideia nagusi bat eskaini baizik.*
Ekintzaren azalpen orokorra eta honi lotutako erronken zehaztapena jasotzen da.		
Azpi ekintzak: *Argi identifikatzen diren kasuetan, ekintza nagusiari lotutako azpi-ekintzak jasotzeko atala da.*		
ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)		*Kasu guztietan Turismoko Udal Teknikaria izendatu da ekintzen arduradun bezala, nahiz eta ekintzaren arabera hauen gaineko ardura izan dezaketen agente gehiago izan daitezken.*
		Ekintza aurrera eramateko bestelako agente inplikatuak
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK		*Baliabide ezberdinak kontutan hartuta (ekonomikoak, pertsonalak, azpiegiturak, politikoak…) ekintzak aurrera eramateko aukera-maila.*
ESPEROTAKO EMAITZA		*Esperotako gutxieneko emaitza (kualitatiboa edota kuantitatiboa)*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK		*Ekintza Aurrera eramateko gastuaren kalkulua litzake. Hala ere, proposatzen diren ekintza askoren aurrekontuak etorkizunean zehaztutako ezaugarrien baitan kalkulatu beharko dira eta, beraz, dokumentu honetan ematen diren zenbatekoak behin-behinekoak dira. Bestetik, finantziazio aukerak ere identifikatzeko saiakera egin da, aukera egon den kasuetan.*

1 GOBERNANTZA EREDUA ETA KUDEAKETA TURISTIKOA

Turismoaren bisioaren baitako gestio eredu estrategia garatzea ezinbestekoa da, ikuspegi holistikoa eta inklusiboa bultzatuko duena. Modu honetan, turismoan agente gehiagoren parte hartzea bultzatzea ezinbestekoa izango da eta horretarako beharrezko gune edota estrukturak egokitu edo egun daudenetan turismoa txeratzea.

Barne kudeaketa- Herri mailako kudeaketa

Hernaniko herriak badaki zer suposatzen duen bisitariez betetako herria izatea eta beraz gobernantzaren ikuspuntutik txotx garaiko errealitatearen kudeaketa edota garapen turistiko iraunkorra bultzatzeko ardura eta erronkak izango ditu hurrengo urteetan. Herriko ondare kulturalaren parte bihurtu ditugu bisitariak eta jai giroa ez kontrolatuaren espazioa bihurtu da Hernani.

Hernanirako momentu honetan, planteatu dezakegun **eredu turistikoak buruzagitza publikoa** (Hernaniko Udala) eta **konpromezu pribatuan** oinarritu daiteke, beraz, plan honek beharrezko tresnak izan behar ditu bultzada hori lortzeko eta konplizitate, interes bateratu eta ekimen lankidetza ahalbidetzeko. Eredua momentuko errealitatean oinarritzen da, hala, errealitatea aldatzen doan heinean Turismo Gobernantza estrategiak ere aldatuz joan beharko dute. Elkarlanean eta parte hartze aktiboan oinarritutako eredua lantzen joan beharko dugu, iraunkortasuna bermatu eta ondarearen mesedetan.

Kanpo kudeaketa- Beste eragileekin harremanak

Kanpo harremanei begira, eskualdearekin lankidetza zuzena du Hernaniko udalak. Hala ere, eskualde mailako gobernantza ereduaren hausnarketa bat burutzea ere interesgarria litzateke. Eta beste instituzioekin lanketa ere.

Lan ildoaren baitan identifikatzen diren PROGRAMAK (3) ondorengoak dira:

- Turismo sailaren koordinazioa hobetzea eta harreman eremuen funtzio eta paperak zehaztea.
- Turismoaren kudeaketa eta planifikazioan parte hartzea ahalbidetzea eta agente berrien inplikazioa bultzatzea.
- Kudeaketa turistikotik txotx mahaiaren planifikazioan eragitea.

Programa 1:

KOORDINAZIOAREN HOBETZEA

Turismo sailaren koordinazioa hobetzea eta harreman eremuen funtzio eta paperak zehaztea.

Herri mailan turismoa lantzeko estrukturak sortu, egonkortu eta adostea beharrezkoa izango da. Programa turismoaren mapan egon daitezkeen agenteen koordinazioa eta harremanak bultzatzera dator. Baita turistarekin harreman zuzena duten agenteengandik ikasi eta beharrak identifikatzeko.

Barrura eta kanpora begirako harremanak finkatzea ezinbestekoa izango da.

1.1	EKINTZA	**Turismoaren zeharkako izaera kontuan hartuko duen espazioen aktibazioa.**

Udaleko teknikoek burutzen duten barne bilera izan daiteke turismoa lantzeko gune aktiboa. Bestela ere turismoa udaleko beste esparruetan txertatzeko bideak aztertu beharko dira (barrura begira).

Azpi ekintzak:

- Udal mailako funtzionamenduaren inguruko hausnartzea eta adostea.
- Udal teknikariekin turismo plana elkar banatzea eta planaren baitako ekintzen inguruan kolaboraziorako lehen pausoak ezartzea.
- Turismoa eta beste sailen arteko programa ezberdinak garatzea: Gazteria, lan enpleguari begira, emakume etorkinekin programak…

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK	*Turismoko Udal Teknikaria*
	Udaletxeko sailak eta kargu politikoak

(eta berriak sortzeko aukerak)	
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Udaleko sail guztiek turismoaren inguruan etorkizuneko estrategia ezagutzea. Epe motz-ertainean udaleko beste sailen inplikazioa eskatzen duten ekimenen kasuan, horietan parte hartzeko konpromezua (2019ko aurrekontuetan inbertsio edota gastuak suposatzen badute, hauek aurrekontuetan islatzea).*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

1.2.	**EKINTZA**	**Turismoa lantzeko estruktura sortu, egonkortu eta adostea.**

Diagnostikoaren baitan burututako bilera sektorialetan, turismoaren inguruan lanean dabiltzan enpresen arteko harremanetan hutsunea somatu zen. Ildo honetan eta turismoaren iraunkortasunari begira garrantzitsua izango da herri mailako gunea sortu eta egonkortzea, sektore publiko eta pribatuaren arteko harremanak sendotzea.

Azpi ekintzak:
- Planaren berri eman sektoreari eta herritar orori.
- Estruktura adosteko agente aktiboekin parte hartze dinamika martxan jartzea.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria*
	Sektorea, herri mailako agenteak (kultur eta kirol elkarteak, ikasketa mundua, gazteak …) Udala eta eskualdeko arduraduna
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Turismo mahai aktibo eta parte hartzailearen sorrera*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

1.3.	EKINTZA	**URUMEA ARNASTU egitasmoa indartu eta lan lerro berriak bideratu.**

Komunikazio tresnetan oinarritu du Urumea Arnastu egitasmoak bere jaiotza eta udal bakoitzak jorratutako egitasmo ezberdinetara mugatu da orain arte.

Azpi ekintzak:

- Egitasmoa indartzea eta edukiz betetzea.
- Komunikazio kanalak errepasatu eta indartzea (webgunea)
- Urteko plana burutzea.
- Proiektua ekonomikoki hornitzea eta landa inguruko diru laguntza ezberdinen baitan natura turismoko egitasmoak garatzea.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, eskualde mailako agenteak, Behemendi, Udala, Ereñotzuko udala, Aranoko Udala, Goizuetako Udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*2019ko urteko plana garatzea.* *Proiektuari bultzada ematea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*10.000€ (Udaletxe guztien artean)*

1.4.	EKINTZA	**Eskualde mailako lanketarekin jarraitu eta lan dinamikak hobetzea (kanpora begira).**

Behemendiren baitan garatu du Donostialdeko eskualdeak bere turismo estrategia eta lanketa ezberdinak burutu badira ere, diru iturri eta iniziatiba berrien faltak baldintzatu du eskualdeko turismo estrategia. Garapen Agentziaren baitako pertsonal tekniko faltak kudeaketa ere baldintzatu du eta ikuspegi zabalago batetik lan egitea mugatu. Bisitariaren asebetetze mailari begira, ezinbestekoa izango da eskualde mailako estrategia indartzea. Bestalde, eskualde mailako kudeaketaren inguruko hausnarketa politiko-teknikoa burutu eta turismo teknikaria Beterri-Buruntzaldea Garapen Agentzian barruan txertatzeko erronkak kontuan izateko gaiak dira.

Azpi ekintzak:

- Hernanik, eskualdeko estrukturan izan behar duen paperaren inguruko gogoeta burutzea.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, eskualde mailako agenteak, Behemendi, Betrri-Buruntzaldea Garapen*

(eta berriak sortzeko aukerak)	*Agentzia, Hernaniko Udala, eskualdeko beste udalak*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	- *Hernanik eskualde mailan turismoan alorrean izan behar duen papera adostea.* - *Beterri-Buruntzaldea Garapen Agentzian baitan turismo estrategia kudeatzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Behemendiri egokitutako aurrekontua.*

1.5.	**EKINTZA**	**Gune babestuen erabilera aproposa bultzatzeko administrazio ezberdinen arteko kooperazioa bultzatu eta erabilera publikoaren inguruko homogenizazioa bultzatu.**
Inguru babestuak bisitari askoren motibazio nagusiak dira egun baitan erabilpen lanean gainean lan egitea ezinbestekoa da, ikuspuntu honetan Urumea ibaian edota Aiako Parke Naturalean turismora zuzendutako ekintzak burutzeko koordinazio guneak bultzatzea ezinbestekoa izango da.		

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, eskualde mailako agenteak, Behemendi, Udala, Gipuzkoako Foru Aldundia*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Hernaniko eremu babestuetan agente desberdinen artean adostutako eta bultzatutako ekintza edota produktu turistiko bat gutxienez martxan jartzea (2019.urtean zehar).*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

1.6.	EKINTZA	Autokarabanen aparkalekua.

Diagnostikoaren baitan argi ikusi da gaur egun Hernaniko industria gunean kokatzen den autokarabanentzako aparkalekua ez dela nahikoa erakargarria bisitarientzat, ez baititu beharrezko zerbitzuak eskaintzen eta, gainera, aparkalekuaren kudeaketa eredua ez da efektiboa.

Honekin batera, garrantzitsua izango da herrian identifikatutako *Furgoperfecto* delako guneen jarraipena egitea (autokarabanak eta furgonetak aparkatu edota gaua pasatzeko gomendatutako guneak).

Azpi ekintzak

- Aparkalekuaren kokalekua mantentzea edota lekuz aldatzearen hausnarketa. Honekin batera, eskaintzen diren zerbitzuak hobetzea ezinbestekoa izango da.
- Kudeaketa-eredua birplanteatu. Bi helbururekin: batetik, bisitariaren egonaldia arautzeko eta kalitatea bermatzeko eta, bestetik, bestelako ibilgailuen (kamioiak esate baterako) aparkatzea arautzeko.
- *Furgoperfecto* guneen jarraipena egitea.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udala, udaltzaingoa, herri-lanak, eskualdeko bestelako udalak.*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altua*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Autokarabanen gunearen zerbitzua arautzea. Bisitariarentzat gune erakargarria izatea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Burutzen diren ekintzen araberakoa. 20.000€ (panel turistikoa, seinaleztapena, sarrera-kontrolerako sistema, mahaiak, elektrizitate tomak, iturria, etab.)*

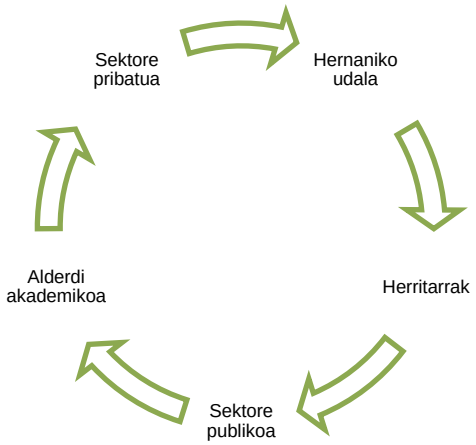
Programa 2:

TURISMOAREN KUDEAKETA ETA PLANIFIKAZIOAN PARTE HARTZEA AHALBIDETZEA

Arestian aipatu bezala, turismoaren ikuspegi holistikoa kontuan hartzea ezinbestekoa izango da eta agente ezberdinen parte hartze jarraitu eta puntualak bultzatzea. Hortaz gain, turismoaren inguruan sortu daitezkeen iniziatiba ezberdinak lantzeko gunea sortzeko helburua ere oinarritzen da.

2.1.	EKINTZA	**Turismo gaien inguruan erabakitze kolektiborako mekanismoak martxan jarri.**

- Udalak dituen parte hartze foroetan gai turistikoak landu.
- Turismoarekin zerikusi duten gai konkretuetan lan talde ezberdinak sortu.
- Hernaniko Lanbide Heziketa Eskolan burutzen den goi mailako ikasleekin lan dinamika ezberdinak martxan jarri (Animazio Soziokulturaleko eta Turistikoko Goi-Mailako Teknikaria).
- Udal turismo teknikariaren formakuntza kudeaketa eta partehartze sistemen gaietan ahalbidetu. Beste eredu turistikoak lantzeko eta aurrera eramateko ardura turistikoa duen udal teknikarien formakuntza garrantzitsua izango da.



ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udaletxeko sailak eta politikoak*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*

ESPEROTAKO EMAITZA	- *Hernaniko Lanbide Heziketa eskolarekin elkarlan edota kooperazio akordio bat sinatzea.* - *2018-2019 ikasturtean udal turismo teknikariak kudeaketa eta partehartze sistemen inguruko formakuntza jasotzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Formakuntzaren araberakoa.*

2.2.	**EKINTZA**	**Ekonomia kooperatiboan oinarritutako proiektuen aukeren azterketa burutzea Hernanin eta eskualde mailan.**

Turismoak erronka ezberdinak ditu aurretik eta ekonomia kolaboratzailean oinarritutako esperientziak sortzen ari dira jabetza kolektiboa, gobernantza demokratikoa, iraunkortasun soziala eta gardentasuna eta arduran oinarritua.

Azpi ekintzak:

- Herrian kokatu daitekeen autogestionatutako alojamendu baten proiektua garatzea.
- Hernanin dagoeneko martxan dauden ekimenetan turismoaren ikuspegia txertatzeko azterketa burutu. Besteak beste, sagardoaren kultura aberasteko eta produktu eskaintza berriak lantzeko aukerak izan daitezke. Hala nola, adibide bezala, bi proiektu nabarmentzekoak eta inspiragarriak izan daitezke:
    - *Bio Ongarri*: Ekonomia zirkularraren adibidea. Hernaniko Udalak herriko sagardogileen patsa eta baserritarren simaurra bildu, ongarri bihurtu eta beraiei itzultzeko proiektua.
    - *Lurrekolore*. Gipuzkoako Foru Aldundiaren babespean, Ternua mendiko-arropa marka, Archroma eta Gipuzkoako Sagardogileen Elkarteak bultzatutako proiektua da. Sagardotegiek baztertzen dituzten intxaur-oskolak erabiliz Ternua markako arropak tintatzeko tinte naturalak egitea lortu dute egitasmo honetan. Aburuza, Iparragirre, Petritegi eta Saizar sagardotegiek parte hartu dute.

ARDURADUNA **ETA** **AGENTE INPLIKATUAK** **(eta berriak sortzeko aukerak)**	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udaletxeko sailak eta politikoak* *(Eskualdeko turismo agenteak)*

EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*- Hernanin ekonomia kooperatiboan oinarritutako eta turismoan sektorera bideratutako ekimen berria martxan jartzea edota gaur egungo egitasmo baten birplanteamendua.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Proiketuen araberakoa.*

Programa 3:

TXOTX MAHAIA

Kudeaketa turistikotik txotx mahaiaren planifikazioan eragitea.

Arestian aipatu bezala, txotx garaia bisitariek okupatutako espazio eta denbora tartea da egun eta herritarrak egoeraren gaineko hausnarketa eta kexa iturri dira behin eta berriro. Ikuspuntu honetatik, turismoak gero eta ardura handiagoa du eta Txotx Mahaia operatibo batetik Txotx Mahai planifikatu batera pasatzea ezinbestekoa izango da.

3.1.	EKINTZA	Txotx garaiko planifikazioan agente berriak txertatzea

Txotx garaia eta, orokorrean, sagardoaren kultura, geroz eta agente gehiagorengan eragina duen errealitatea da eta ardura partekatuen ikuspuntutik aztertzea etorkizuneko ildoak identifikatzeko erronka izango du. Modu honetan, Gipuzkoako Foru Aldundia, eskualdeko zenbait udal, euskal kulturan adituak, enpresa pribatu eta zuzeneko agente inplikatuen parte hartzeak sustatzea ezinbestekoa izango da.

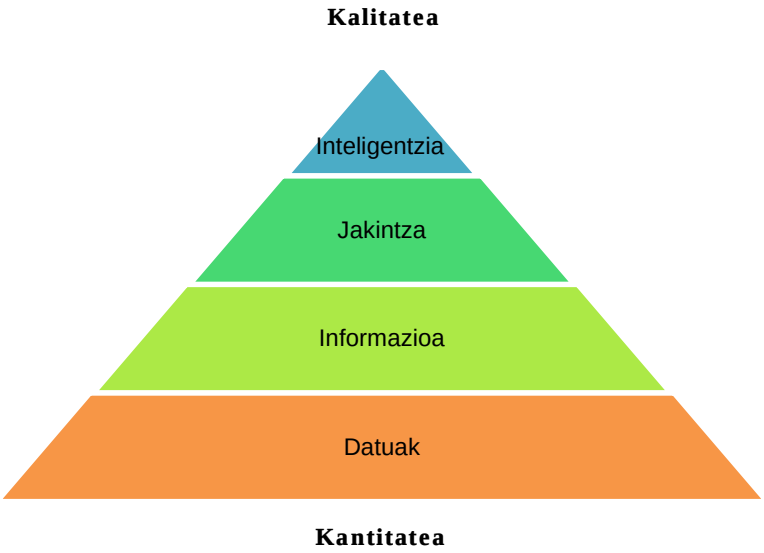
*Ekintza honek, aurreko **2.2** ekintzarekin zuzeneko lotura izan dezake.*

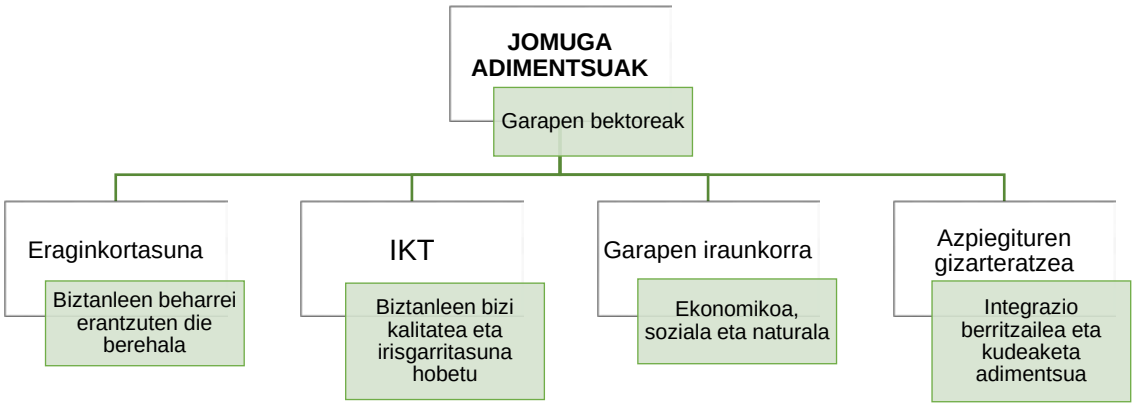
ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertain-Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Sagardoaren kultura balioan jartzeko ekimenak martxan jartzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

2 JOMUGA ADIMENTSUA ETA DATUEN ANALISIA ETA HARRERA

Sektorearen artikulazioa eta bisitariaren gaineko ezagutzak turismoaren norabidea ezagutu eta aldatzeko tresna baliagarriak dira. Diagnostikoaren baitan datuen bilketa eta hauen analisiaren gabezia sumatu da.

Jomuga adimentsuek ere bisitariaren esperientzian eragin dezaketen estrategiak garatzea ezinbestekoa dute, batez ere jomugaren biatan garatutako estrategia teknologikoei begira (ITK erramintak) eta jomugaren berrikuntza klabeetan. Ikuspuntu honetan sektore publikoa eta pribatua bisitari digital zein zorrotzaren beharrei erantzutea ezinbestekoa dute.





Iturria: *Definición de ciudad inteligente del Grupo Técnico de Normalización 178 de Aenor* (AEN/CTN 178/SC2/ GT1 N 003)

Lan ildoaren baitan identifikatzen diren PROGRAMAK (2) ondorengoak dira:

1. Datuen bilketa eta trataerarako lanketa burutzea (urte osoan eta txotx garaian)
2. Bisitariak hartatzeko guneen estrategia

Programa 4:

DATUEN ANALISIA BULTZATZEKO LANKETA BURUTZEA

(urte osoan eta txotx garaian)

Turismoak herriko errealitatean duen eragina eta aldaketarako palanka moduan ulertzen bada, ezinbestekoa da datuan jaso eta hauen analisia burutzea. Diagnostikoak zenbait informazioren falta somatu du eta garrantzitsua izango da bertan eragitea.

Datuen analisiak bestalde turismoa eta herritarren arteko harremana, haserrea edo egoera deserosoak zein positiboak azaleratzeko tresna ere izan behar du.

Lan honen baitan bestalde, garatutako txotx eta turismoaren arteko dokumentuak zenbait hausnarketa eta erabaki hartzeko datu gehiagoren falta somatu du. Kontuan hartu behar dugu, Hernaniz kanpoko eragileak ere ari direla txotx garaiko errealitatean lanean eta ez direla hauen datuak ezagutzen. Gestio iraunkor bati begira ezinbesteko elementua izango da.

4.1.	EKINTZA	Galdetegien sorrera

Bisitariaren asebetetze maila ezagutzeko (online edo offline) galdetegia sortu bisitaria hartatzeko gune ezberdinetan: alojamenduak, informazio bulegoak… Beharrezko informazioa ondo identifikatze aldera agente klabeekin prestatzea interesgarria litzateke.
(**11.3.** ekintzarekin lotura)

Azpi atalak:

- Beharrezko informazioa identifikatu
- Galdetegien diseinua egin.
- Datuen bilketarako plataforma ezberdinak aztertu.
- Datuen bilketarako prozedimendua zehaztu.
- Datuen bilketa eskualde mailara zabaldu.
- Datuen bilketaren jarraipena burutu.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria*
	Sektorea, udala
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altua*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Galdetegien ezarpena eta datuen ebaluaketa.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez. Udal baliabideekin egitea lehenesten da.*

4.2.	EKINTZA	Txotx garaiko ikerketa kuantitatibo eta kualitatibo bat burutzea

Ondorengo helburuarekin: Txotx garaiko bisitari-etorrera erreala ezagutzea, bisitariaren ezaugarriak ezagutzea, bisitaren egungo estruktura eta baliabideak ezagutzea, apreziazio negatibo eta positiboak jasotzea kudeaketa iraunkor bat bultzatzeko.
Horretaz gain urte osoko datuak jasotzeko estrategia ere garatzea komenigarria litzateke.
(4.1 ekintzaren baitakoa)

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria*
	Sektorea, herri mailako agenteak, udala
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*

ESPEROTAKO EMAITZA	*2019an, denboraldian zehar, sagardoaren kulturaren inguruko azterketa-txostena aurkeztea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

Programa 5:

BISITARIAK HARTATZEKO ESTRATEGIA

Biteri kultur Etxeko gela eta informazio puntua dira bisitariak jasotzeko gune nagusiak egun. Urte osoko arreta zerbitzua eta bisitariaren asebetetze mailari begira, informazio puntuen sarea sortzea garrantzitsua litzateke. Horretarako gune egokiak identifikatu eta formazio eta informazioa zabaltzea beharrezkoa izango da.

Estrategia honen baitan, komunikazio eta promozioan atalean garatzen diren bestelako puntuez gain, IKT erramintek duten garrantzia azpimarratu beharko litzateke. Sektore pribatu eta publikoaren lehiakortasunari begira edota jomugan bisitarien asebetetze mailan eragiteko.

5.1.	EKINTZA	**Alojamendu eta bestelako establezimenduak harrera puntuak bihurtzeko saiakerak bultzatzea.**

Nahiz eta gaur egun, alojamendu guztiek Hernani eta eskualdeko informazio turistikoa (euskarriak eta informazioa) eskuratzeko eskaera egin dezaketen eta Biteri Kultur Etxean materiala jaso, zerbitzu honetan aldaketak eta aurrerapausoak ematea interesgarria litzake.
Hernaniko alojamendu desberdinetan bisitarien harrera eta turismo informazioa emateko irizpideak zehaztu, beharrezko euskarrien banaketa erraztu eta etengabeko komunikazioa bi noranzkoetan bideratu (alojamenduak<->turismo saila).

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Hernaniko alojamenduak*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Hernaniko ostatu establezimenduetan turismo-harrera zerbitzuan protokoloa zehazten duen dokumentua.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

5.2.	EKINTZA	**Bisitariaren informazioa eta esperientzian IKT jardunbideetan bideratutako erraminta eta gailuen sorrera bultzatzea.**

Informazio orokorra jasotzera hurbiltzen da batez ere bisitaria Hernaniko informazio bulegora, horrek herrian dagoen eskaintzaren jakintza falta adierazten du. Hori dela eta, Hernanin egon daitekeen turismo eta bestelako ekintzen berri ematen duen app-a sortzea.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udaletxeko sailak, sektorea*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*App baten sorrera.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*10.000€-15.000€* *Teknologia berriak sustatzeko dirulaguntzak.*

3 MERKATUA ETA PRODUKTU ESTRATEGIA

Globalizazioak, munduko bi gune ezberdinetan dauden bi errealitate konpetentzia bihurtzea eragin du. Hori dela eta merkatuan kokatzea estrategia zaila suertatzen da egun.
Posizionamendua bestetik, iraunkortasunaren eskutik joan behar duen errealitatea da eta Hernaniren kasuan posizionamendua iraunkortasun, parte hartze eta elkarlanetik eratorriko den hipotesitik abiatzen gara. Horretarako, ezinbestekoa izango da gestio eredu propioa garatzea. Guzti honetarako, ezinbestekoa da gure inguruan zer garatzen den eta norekin konparatu gaitezken jakitea eta gure jomuga turistikoa neurtzeko beharrezko indikatzaileak izatea.
Testuinguru honetan, ondorengo atalak Hernaniren posizionamenduan hobeto eragiteko erronka du non bereiztuko garen ikusi eta indarguneak non dauden identifikatzeko.

Jomuga Turistikoa: Segmentu-Merkatua

Hernanik txotx garaitik kanpo merkatuan duen posizionamendua oso ahula da, jomuga turistikoaren identitatea indartzera behartzen gaitu honek, beti ere sagardoaren kultura baliabide sendo eta berezkoa dela ahaztu gabe.

Gaur egun Hernaniren identitate turistikoa, hein handi batean, kultura eta gastronomiarekin dago lotuta, baina segmentazioaren islada ere oso eskasa da.

Beraz, Hernaniren merkatu-posizionamendu lehiakorra sustatzea beharrezkoa da, herriaren nortasuna gaur egungo errealitatearekin bat eginez, lurraldeak dituen baliabide aberats eta hauekin sortu daitezkeen produktu turistikoekin eskaintza erakargarri eta iraunkor bat sortuz.

Honetarako segmentazioa ardatz duen estrategia bat garatu behar da. Hernaniren identitatea azpimarratzeaz gain, zerbitzuen eraginkortasunarekin lotuta, turistaren gogobetetasunaren gorakadan eragin eta merkatu alorrean abantaila lehiakorrak eraikiz.

segmentazioan oinarritutako balore handiko esperientzien bitartez uztartu behar du Hernanik jomugaren identitatea eta berezitasuna turistengan onartuak izan daitezen.

Laburbilduz, Hernaniko herritarrak direna, turistek lurraldea nola bereganatzen duten eta etorkizunean zer izan nahi denaren artean oreka bilatu behar da posizionamendu sendo bat

uztartzeko. Eta ez dezagun ahaztu, posizionamendua sektore turistikoan parte hartzen duten agente guztien ahaleginen ondorio dela.

Amaitzeko esan, erronken atalean bisitariaren inguruan identifikatutako erronkak erantzutera egin behar dugula lan.

Jomuga turistikoa: Produktua

Hernanik jomuga turistiko bezala duen erronka nagusietako bat eskaintza erakargarri eta lehiakor bat artikulatzea da. Erronka honi aurre egiteko, gaur egun dagoen eskaintza sustatu, baliabide turistiko berriak balioan jarri eta tokiko agente publiko eta pribatuekin elkarlanean eskaintza turistiko berri bat sortzeko beharra dago.

Halaber, gero eta argiago erakusten den estazionalizazioari aurre egiteko, urte osoan edota okupazio baxuena duen denboraldian jardun eta bisitatu daitezkeen produktu turistikoen sorkuntza, hobekuntza eta kontsolidazioa bultzatu behar da.

Baliabideen aztertze lanetan hauteman den moduan, Hermanik sagardoaren kulturarekin lotutako produktuak eskaintzen ditu batez ere bestelako baliabideekin proposamen berriak sortzeko aukera du. Hala ere, azpimarratzen da, merkaturatze estrategiarekin bat eginez, produktu turistikoen sortze eta egokitzapen lanak nitxozko produktu eta segmentazioan, zein turista tipologian izango dutela bere funtsa.

Lan ildoaren baitan identifikatzen PROGRAMAK (6) ondoregoak dira:

- Irisgarritasun programa garatzea.
- Egun dauden produktu turistikoen indartzea
- Segmentu basikoetan oinarritutako produktuen inguruko lan ildoak jorratzea.
- Segmentu espezifikoen kasuan, aliantza estrategiak bultzatzea
- Produktu turistikoetan herriko produktuak txertatzeko plana martxan jartzea.
- Explore San Sebastian Region-Hernani

Programa 6:

IRISGARRITASUN PROGRAMA EZARTZEA

Aisia, gure eguneroko bizitzan kokatu zen elementu basikoa da eta eskubide bat bihurtu da egun. Zenbait pertsonak aldiz ezintasunak, adinak, haurdunaldiak, gaixotasunak edota beste arrazoiak medio zail suertatzen zaie irisgarritasuna dela eta. Turismoak ere, eszenatoki hauei aurre egitea ezinbestekoa izango da jomugaren ikuspuntutik eta sortzen diren ikuspuntuei begira.

Jomugaren iruditik haratago, negozio aukerak eta desestazionalizazioan eragiteko aukerak eskaintzen ditu, sozialki arduratsua izatearekin batera.

6.1.	EKINTZA	Irisgarritasuna produktu turistikoetan txertatzea.

Iparragirre Sagardotegiak “Ikusi eta sentitu Iparragirre” bisita gidatua eskaintzen du, baina beste produktuetan ez dira irisgarritasun faktoreak kontuan hartzen. Ikuspuntu honetan jomugaren irisgarritasun turistikoan eragiteko ikerketa garatu daiteke eta produktuekin ekintza zehatzak bideratu eta sektore pribatuari ikasketa aukera ezberdinak bideratu.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria*
	Koxka elkartea, Gureak Fundazioa, sektore pribatua, Iparragirre sagardotegia, Ongintza patronatua.
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Gaur egun udalak sustatutako produktu turistiko batean irisgarritasuna txertatzea (edukiak, zerbitzua…).*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Aurrera eramaten den ekintzaren araberakoa.*

Programa 7:

EGUNGO PRODUKTU TURISTIKOEN INDARTZEA

Diagnostikoaren baitan burututako analisiak egungo produktuen balio erantsian, bezero segmentuan, komunikazio edota merkaturatzeko kanaletan eragiteko beharra azaleratu da, besteak beste. Modu honetan, produktuen hauen indartzean eragitea produktuen lehen egitekoa izango da.

Produktu turistikoen sorreran herriko agenteen inplikazio falta dagoela azpimarratu da. Iraunkortasun ikuspegitik produktua garatzen den inguruan dauden agente ezberdinak kontuan hartu eta, aukera dagoenean, hauen inplikazioa bultzatzea ezinbestekoa da. Diagnostikoan ikusi dugun moduan, Hernaniko kasuan produktuak nahiko isolatuak daude eta kasu batzuetan ez dira bertako negozioak produktuan txertatzen.

7.1.	EKINTZA	**Produktu eta zerbitzuen balio erantsian eragin.**

Gaur egun eskaintzen diren edota etorkizunean sortu daitezkeen produktu turistikoen balio erantsiari garrantzia ematea. Merkatuan dozenaka produktu eskaintzen diren honetan, ezinbestekoa da Hernanik produktu berritzaileak, desberdinduak, aberasgarriak eta bertakoa balioan jartzen dutenak izatea. Modu honetan, eskaintzaren kalitatean eta erakargarritasunean eragitea ahalbidetuko da.

Azpi ekintzak:

- Eskaera erreal zein potentziala duten publiko nitxo zehatzei zuzendutako eskaintza sortzea, *target* horiek erakartzeko produktuen balio erantsiaren zehaztapena lortuz.
- Aliantza berriak edota bestelako sektoreetako aktoreekin elkarlanean sustatutako ideien garapena. Produktu turistikoak aberasteko eta besteengandik desberdintzeko emankorrak izan daitezkeen loturak bilatu.
- Bisita osatzen duten baliabide turistikoak eta produktuak herri izaeraren baitan egokitzea eta herriko agenteen inplikazioa bultzatzea.
- Produktuetan herriko merkataritza berezia edota bertako produktuen sustapena lantzen dutenak txertatzeko lanketa burutzea.
- Aplikazio edota bitarteko berriak erabiltzeko azterketa burutzea.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak (merkataritza, kultura, ingurumena, kirola, industria…), udala, teknologia berrietan adituak.*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Produktu turistikoen definizioa eta publiko nitxo zehatzei bideratzeko merkaturatzea ematea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Berrikuntza teknologikoa sustatzeko dirulaguntzak.*

7.2.	**EKINTZA**	**Sektore pribatuaren arteko harremanak bultzatzeko jarduera ekintzak bultzatzea.**

Pakete turistikoak saltzearen ezintasunak eta elkarlan ekonomikoetara heltzeko zailtasunak direla medio, sektore pribatuaren arteko harremanak zailtzen ditu maiz. Hernaniko kasuan ere, sektore pribatuaren arteko lotura falta garbia antzeman da landutako produktu ezberdinetan.

Harreman hauek sustatze aldera, Udalak beste esperientziak ezagutarazi eta bilkura ezberdinak antolatzea ekintza aproposa izan daiteke.

Azpi ekintzak

- Udalak dinamizatutako elkargune-saioa antolatzea. Enpresa guztien arteko elkar-ezagutza sustatzeko eta amankomuneko interes eta beharrak mahaigaineratzeko.
- Hernaniko sektore pribatua zein turismoan jardueran parte hartzen duten bestelako agente esanguratsuak biltzen dituen katalogo edota direktorio bat garatu. Modu erraz eta eguneratuan denen eskura egon daitekeen informazio euskarria (informazio praktikoa, zerbitzuen nondik-norakoak, etab.). Funtsean, Hernaniko eskaintza trinkoaren inguruko direktorio bat izan daiteke, noski, aldizkako edota urteko agendarekin batera osagarria izan daitekeena.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	- *Sektore pribatua ezagutzeko elkargunea antolatzea eta dinamizatzea.* - *Informazio katalogoa burutzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Finantziaketa propioa*

7.3. EKINTZA Produktuen gaineko iraunkortasun indikatzaileak identifikatzea

Eskaintzaren inguruko jarraipena egitea eta hauen inguruko datuak ezagutzeak, hauetan eragin eta aldaketak bideratzeko ezinbesteko jarduera da. Horregatik, produktuaren osasun-maila eta herritarren ongizatean (iraunkortasun ardatzetan) eragiteko indikatzaileak identifikatu behar dira.

Zenbait indikatzaile orokor izan badaitezke ere, produktuen bideragarritasunean oinarritutako iraunkortasun estrategia pertsonalizatua (karga gaitasuna besteak beste) landu beharko litzateke.

Azpi ekintzak

- OMTak markatzen dituen iraunkortasun indikatzaileen azterketa burutu eta Hernaniko errealitatera egokitzeko lanketa egin. Gaur egungo produktu turistikoak nahiz etorkizunean garatu daitezkenak ere, iraunkortasun klabeetan ulertu, merkaturatu eta analizatu beharko dira (iraunkortasun ekonomikoa, soziala, kulturala, politikoa eta ingurumenekoa bermatuz).

- Ezarritako indikatzaileen urtez-urteko ebaluaketa eta jarraipena. Kasuan-kasuko arduradunak ezarri eta ebaluaketa egiteko foroa zehaztu.
- Ebaluaketatik eratorritako emaitzek horrela eskatzen badute, iraunkortasun helburuak lortzeko aztertutako produktuetan beharrezko aldaketak edota esku-hartzea bideratu.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Hernaniko produktuen jarraipena egiteko iraunkortasun indikatzaileen dokumentua garatzea.* *Urtez-urteko ebaluaketa eta jarraipenerako bilkura-foroa zehaztea eta hau burutzea (akta dokumentua).*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez. Baliabide propioekin egitea proposatzen da.*

7.4.	EKINTZA	Egonaldia luzatzeko produktuen iraupenean eragitea.

Hernanin gaur egunean erregistratuta dauden 12 alojamenduk osatzen dute udalerriko ostatu-eskaintza. Biztanle kopuruarekin alderatuta, kopuru iraunkorretan kokatzen da. Plazako okupazio tasari dagokionean kopuru baxuetan kokatzen dela ikusi dugu (batez beste 2017an %44,7koa izan zen. Eustat 2017) eta, beraz, egonaldia luzatuko duten aukerak bilatu beharko dira.

Azpi ekintzak

- Agente publiko-pribatuek garatzen dituzten produktu turistikoetan bisitarien egonaldia luzatzeko aukerak identifikatu: eskaintza denboran zabaldu (bi eguneko ekintza-paketea, egun bat baino gehiagoko iraupena duten ekitaldiak, agente berriak txertatu eta eskaintza osagarritu, etab.).
- Donostiak duen erakargarritasunaz baliatuz, Hernani eta hiriburua lotu ditzaketen produktuak indartzea eta Hernaniko alojamenduetan ostatu hartzea sustatu. Donostia bisitatzera datozen turistei Hernani bezalako herri berezia eta inguruak ezagutzeko aukerak eman. Donostiako informazio bulegoarekin elkarlanean landu daitezkeen produktuak izan daitezke.
- Produktuak herri eta eskualde mailako dinamikekin txertatu eta indartzea. Besteak beste, Done Jakue Bidearen inguruko lanketa bateratua eskualde mailan.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea (alojamenduak eta zerbitzu enpresak), herri mailako agenteak, udala, Donostiako informazio bulegoa (udala), GFA*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertainak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*- Hernaniko alojamenduen urte osoko bataz besteko okupazio tasa %44,7 tik (2017ko datua), %50-55ra igotzea 2019an (EAEn 2017an okupazio tasa %54,2koa izan zen).* *- Bataz besteko egonaldia igotzea: EAEko batez besteko egonaldi mailara iristea, 1,92 gaura alegia.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Lehen pausoak emateko 10.000€ (eskualdeko udaletxe guztien artean)* *GFA*

7.5.	EKINTZA	**Baliabide turistikoak eta produktuak herri izaeraren baitan egokitzea eta herriko agenteen inplikazioa bultzatzea.**

Hernaniko eskaintza turistikoak bertako izaeraren islada izan behar du, hortaz, bertako balore zein elementuekin bat etortzea ezinbestekoa da. Produktu turistikoak nahiz baliabideak mapa turistikoan barneratzeko, herriko agenteen inplikazioa oinarrizkoa da, kalitatezko eta benetako eskaintza turistikoa bultzatuz.

Beraz, lehen pauso bezala, gaur egun martxan dauden produktu turistikoen berrikuspena burutzea proposatzen da. Diagnostikoan produktu eta baliabideen analisian azaleratutako ahuleziak-indarguneak eta aukerak-mehatxuak kontutan hartuta, hauen iraunkortasunean eragin ahal izango da. Hala nola: produktuen errentagarritasun ekonomiko eta soziala bermatu, bertako agenteen partehartzea ahalbidetu, garaikotasuna murriztu, egonaldia luzatu, publiko nitxoetara bideratu, etab.

(**8.** programarekin lotuta)

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

7.6.	EKINTZA	**Produktu turistikoetan herriko merkataritza berezia edota bertako produktuen sustapena lantzen dutenak txertatzeko lanketa burutzea.**

Berria elkartearekin batera edota herriko bestelako ekoizle eta merkatariekin elkarlanean ekimenak sustatu.

(**15.6.** ekintzarekin lotuta)

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, Berria elkartea, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

Programa 8:

SEGMENTU BASIKOETAN OINARRITUTAKO PRODUKTUEN INGURUKO LAN ILDOAK JORRATZEA

Turismo segmentuen inguruko azterketan (ERANSKINA) identifikatutako segmentu estrategikoetan eragiteko ekintzak biltzen dira jarraian.

A) TURISMO KULTURALA:

Gestio eredu berrietan oinarritutako kultur ekintzak bultzatzea garrantzitsua izango da, kooperazio, irisgarritasuna eta berrikuntza bultzatzeko esperientziaren eskaintza berezi bezala. Zentzu honetan, ondare kulturalaren interpretazioak berebiziko garrantzia izango du Hernani kokatzeko estrategia bezala.

Merkatu segmentazio honetan garrantzi berezia izango dute herriko elkarteekin kooperazioan bideratu daitezkeen ekintza ezberdinak. Urteko agenda ezberdinak (kulturala edota kirol arlokoak) herrien arteko kooperazio eta transmisio kultural eta turistiko garrantzitsuen aktibo dira. Ildo honetan, herriko elkarteekin burutu daitekeen lanketaren inguruko azterketa burutzea garrantzitsua ikusten da.

8.1.	EKINTZA	**Segmentu berezietara bideratutako produktuen sorkuntzan eragin: Turismo industriala, ohitura musikalak …**

Kultur ondarean ditu Hernanik baliabide turistikorik ugarienak eta ezagunenak eta zenbait kasutan espezializazioa eragiteko aukera eskaintzen dute. Espezializazioan eragindako produktuek segmentu berezietarako bideratzeko aukera eskaintzen dute eta honela jomugaren posizionamenduan eragin.

Herritarren parte hartzean oinarritutako produktuen garapena bultzatzeko aukera izan daiteke, marka, interpretazioa eta produktuaren izaeraren gaineko hausnarketa eta ikasketa prozesua bultzatuz.

Turismoaren ikuspuntutik, potentzial handiko ondare material eta ez materiala identifikatu beharko litzateke eta beharrezkoa den kasuetan turismoa hartatzeko beharrezko neurriak garatu (bideragarritasun plana, beharrezko birgaitze lanen azterketa eta finantziaketa iturrien balorazioa, etab.).

Azpi ekintzak

- Hernanin identifikatutako oinarrizko turismo-segmentuei bideratutako estrategia lantzea. Epe ertain-luzera begirako estrategia eta plangintza zehaztuko duen dokumentua.
- **Turismo industrialaren** garapenerako oinarriak ezarri. Segmentu honen inguruko produktuak sortzeko aurretiko azpiegituren birgaitze-lanen planifikazioa (ondare industrialaren egoera ez da aproposa gaur egun bisitagarria izateko). Ondoren, eskaintza turistikoaren osaketa eta merkaturatzea.
- Ondare materialgabean inguruko hausnarketa (euskara eta bertsolaritza, hala nola) eta turismoan jardueran txertatu eta hauek balioan jartzeko ekimenak bultzatzeko helburuarekin. Garrantzitsua izango da herriko agente kulturalen nahiz kultur arloko bestelako agenteen partehartzea (Aranzadi, BCBL, Euskal Herriko Bertsozale Elkartea, etab.).

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, udala, bestelako agente klabeak.*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Oinarrizko turismo segmentuei bideratutako estrategia eta plangintza dokumentua.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Partehartze prozesuaren bidez aurrera eramandako produktuen araberakoa.* *Ondare kultural-historikoaren birgaitze lanetarako dirulaguntzak.* *Turismo ekipamenduak garatzeko dirulaguntzak.*

8.2.	**EKINTZA**	**Eskualdeko produktuak sortu eta garatu**

Eskualdeko kultur eta natur baliabideen baitan egindako lanketan 6 herrietarako identifikatutako baliabideen inguruan produktu egitura bat sortzen saiatu (Done Jakue Bidea, eraikuntza zibileko ondarea…). Dinamika hauen baitan produktu klubak sortu eta alojamenduen inplikazioa bultzatzea garrantzitsua izango da.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udala, Behemendi, eskualdeko beste udalak*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	- *Eskualdea bateratzen duten baliabide eta produktuen zerrenda sortzea eta hauen gaineko planifikazioa zehaztea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Garatzen diren produktuen araberakoa.*

8.3.	**EKINTZA**	**Chillida Leku - Hernani**

Chillida Leku museoarekin harremanak indartu eta Chillidak Hernanin burutu zuen lanaren historia berreskuratu eta balioan jarri (Lenbur fundazioarekin elkarlanean).
Bi eragileen artean zegoen lankidetza hitzarmena berreskuratu eta, aukera badago, hobekuntzak txertatu.

Azpi ekintzak

- Hernaniarren Chillida Lekurekiko eta baita Chillida eskultorearekiko gertutasuna edo lotura indartu.
- Bisitariei begira, merkatuan Chillida Leku eta Hernaniren arteko lotura eta identifikazioa indartu.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Chillida Leku, herri mailako agenteak, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Udala eta Chillida Lekuren arteko hitzarmena berresteko do*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Burutzen den lanketa eta sinatzen den hitzarmenaren araberakoa.*

B) NATUR TURISMOA:

Inguru naturala eta aisiaren arteko harremanak zuzenean lotuta daude eta Hernanik ondare natural ezin hobea daukala ukaezina da. Orain arte ez zaio turismoari begirako ahal bezainbeste etekinik atera eta etorkizuneko lan-ildo aipagarria da. Inguruko jomugekiko, bereziki Donostiarekiko, ezberdindu eta eskaintza osagarritzeko segmentua litzake.

8.4.	EKINTZA	**Ekintzailetza eta inbertsioak burutzeko zenbait lerro martxan jartzea.**

- Turismo aktiboko ekintzak bideratzeko enpresen faltak ekintza beraren garapenak zailtzen du, horretarako ekintzailetza eta inbertsioak burutzeko zenbait lerro martxan jartzea aztertu beharko litzateke. Batetik, Beterriko Garapen Agentziarekin batera turismo aktiboko ekintzak bideratzeko enpresei laguntza eskaintzeko aukerarik dagoen aztertu (Iturola sorgunearen baitan lanketa edo deialdi berezia bideratu).
- Eta bestetik, Hernaniko elkarteekin bideratu daitezkeen turismo aktiboko ekintzen lanketa berezi bat burutu.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Turismo aktibora bideratutako enpresa berri baten sorrera.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

8.5.	EKINTZA	**Urumea bailaran zehar mugikortasun aukerak aztertu eta ekintzak landu.**

Urumea Arnasturen baitan, inguru naturaletara iristeko mugikortasun aukerak aztertu (bizikletak, autobusak…) eta uda garaian ematen diren masifikazio arazoei irtenbideak bilatzeko prozesua martxan jarri.

Azpi ekintzak

- Herrian dagoeneko martxan dauden garraio aukeretan oinarritutako proposamenak aztertu iraunkortasun irizpideak jarraituz, autobus linea erregularrak esate baterako. Bizikleta bidez zein oinezko bideen egokitasuna aztertu eta hauek garatzeko baliabideak jarri (bizikleta alokairua adibidez, bizikleta dendek eskainitako zerbitzua edota birziklatutako bizikleta zaharberrituak erabiltzea).
- Hiriguneko puntu estrategikoetatik (tren eta autobus geltokiak, informazio bulegoa) abiatutako bisitari-fluxuak Urumea bailarara bideratzeko bideak zehaztu eta hauen oinarrizko seinaleztapena burutu.

- Urumea ibaian arroetako zenbait guneetara autoz iristeko eta hauek aparkatzeko arauak adostu eta ordenantza bidez aplikatu.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Hernaniko udala eta Ereñotzuko toki entitate txikia*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Urumea bailaran zehar autoak aparkatzeko araudia ordenantza bidez aplikatzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

8.6. EKINTZA — Turismo aktiboko eta *slow adventure* filosofia duten ekintzak bultzatu.

Hernaniko ingurune naturalean, baliabide ezberdinak erabiliz, sortu daitezkeen ekintza eta produktu eskaintzaren azterketa burutzea. Hernaniko eskaintzan barneratzeaz gain, Urumea Arnastu egitasmoaren baitako proposamenak izan daitezke.

Azpi ekintzak

- Inguruaren azterketa burutu, ekintza aukerak aztertu eta hauen egikaritzeko finantzazioa bilatu.
- Ingurune naturalaren ezagutza eta interpretazioa, jarduera aktiboarekin uztartzen dituzten ekintzak lehenetsi. Ingurune naturalaren babesa eta biziraupena ziurtatuz, turismo aktiboa eta abentura landu daitezke.
- Urumea ibaia Hernani eta Donostia bitarteko lotura naturala izanik, ibaian gauzatu daitezkeen produktu turistikoak eskaintzen dituzten enpresekin lanketa (piragua, paddle surf, arrauna, etab). Donostiatik Hernanira edota alderantziz, baina beti ere Hernanin geldiunea eta ingurua ezagutzeko proposamenak gehitu (bazkaria sagardotegian, bisita beste baliabide batera, lo eskaintza, etab.).

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak (Mendiriz Mendi elkartea), Aranzadi, Urumea Arnastu osatzen duten beste udalerriak, udala, Gipuzkoako Foru Aldundia.*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Turismo aktiboko produktu eskaintza. Donostiatik Hernanira Urumean zehar iritsi daitezkeen bisitariak herrian bestelako ekintza bat egitea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

8.7.	EKINTZA	**Urumea Arnasturen baitan kirol jarduera edota ekitaldia baten antolaketa bultzatzea ingurua balioan jarri eta promozioa lantzeko**

Urumea bailarak kirol ekitaldi ezberdinak antolatzeko aukera bikaina eskaintzen dute, bizikletaz, lasterketak, raid frogak, orientazioa… Natur turismoaren estrategiaren baitan txapelketa batekin ekintza bat edota ekintza propio bat antolatzea litzateke helburua.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Urumea Arnastu, udala, Hernaniko kirol elkarteak, Gipuzkoako bestelako kirol elkarteak, GFA.*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Kirol ekitaldi baten antolakuntza*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Kirol ekitaldiak antolatzeko dirulaguntzak*

8.8.	EKINTZA	**Eskualdeko kultur eta natur baliabideen baitan egindako lanketan sei herrietarako identifikatutako baliabideen inguruan ibilbide sarearen berreskuratzeko azterketa (mendi ibilbide edota btt ibilbideena, ez motorizatuak).**

Bide zaharren errekuperatzeak, zenbait ondare balioan jarri eta aukera ekonomikoak sortzea eragiten du maiz. Turismo aktiboko ekintza ezberdinak elkartu eta multiproduktua sortzea aztertu beharko litzateke.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Behemendi, Udala, GFA (ingurumen eta lurralde antolakuntza sailak)*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Eskualdeko ibilbide sarearen berreskuratzerako plana*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*20.000€*

8.9.	EKINTZA	**Urumea ibaiaren baitan bainu guneak sortu eta hauskortasun maila altuko guneak babestu.**

Natur turismoak atsedenguneak ere jasotzen ditu bere baitan eskaintzaren aukera moduan. Urumea ibaia jende askoren atseden gune bihurtzen da uda sasoian eta masifikatutako eremua bihurtzen da maiz.

Hernaniren kasuan bi atseden gune pribatu daude (Latse eta Ugaldetxon). Hala ere gehiengoa leku libreetan egoten da eta zail suertatzen da gune berezien babesean eragitea.

Urumea Arnastu egitasmoaren baitan landu beharreko gaia eta erronka litzateke.

- Bainu guneak Urumea ibaian zehar identifikatu eta araudia garatu. Gai honen inguruan udal ordenantza zehatz baten sorrera baloratu beharko litzake.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udala, Aranzadi, GFA*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*- Urumea bailaran bainu guneen mugatzea.* *- Ingurune hauskorrak babesteko neurriak.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

8.10.	EKINTZA	**Ekoturismoa eta turismo aktiboa azpi-segmentuak indartzea**

Interes bereziko bi azpi-segmentu landu daitezkeela identifikatzen dira: ekoturismoa eta turismo aktiboa. Garrantzitsua izango da azpisegmentu hauen lanketak eskualdean ere izan dezakeen bilakaera.

Azpi ekintzak

- Eskualdean baliabide klabeen identifikazioa eta turismo eskaintzan barneratu. Eskaintza bateratua izatea lehenetsiko da, hau da, eskualdea lotzen duten produktuak garatzea.
- Eskaintza hauen inguruko promozioa eta merkaturatzea modu bateratuan burutu, Donostialdea jomuga turistikoa Gipuzkoaren barruan indartuz.

  (Programa **12** lotuta)

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Behemendi, GFA*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

C) TURISMO GASTRONOMIKOA:

8.11.	**EKINTZA**	**Txotx garaitik haratago herriko gastronomian eragiteko iniziatibak martxan jarri herriko establezimendu ezberdinekin.**

Bakailu Astea bezalako beste ekimenak martxan jartzeko potentzialtasuna dauka Hernanik. Garrantzitsua izango da ondare gastronomiko zein kultural bezala identifikatu diren produktuak baliabide turistiko bihurtzeko aukerak aztertzea.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, ostalariak, ekoizleak, herri mailako agenteak, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Gastronomiarekin lotutako egitaraua sortzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*15.000€*

8.12.	**EKINTZA**	**Lehen sektorea bultzatzeko ekintzak**

Lehen sektorean lan egiten duten agenteekin koordinazio eta komertzializazio egoki baterako proiektu baten sorrera bultzatu. *Beterri Km0* proiektuaren baitan ere bultzatzeko ekintza izan daiteke.

(**17.6.** ekintzarekin lotuta)

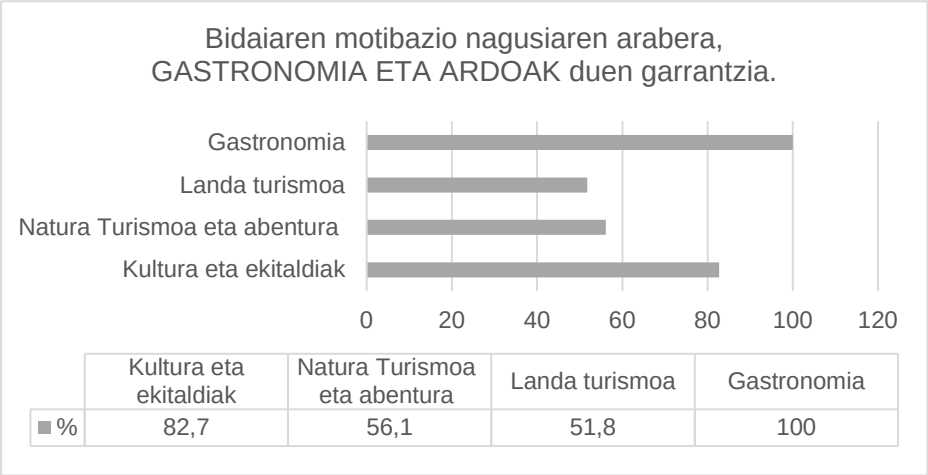
Azpi ekintzak

- Zenbait produktu turistikoetan lehengaia edo produktu gastronomikoak txertatzea.
- Turismo bulegoan bertako produktuak saltzeko aukera aztertu.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, udala, Karabeleko*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Lehen sektoreko eta turismo sektoreko agenteen bilkura.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez. Garatzen den azpi-ekintzaren baitakoa.*

8.13.	EKINTZA	Gastronomia, kultura eta naturarekin lotutako produktuak sortu.

Gastronomiak aisiarekin lotutako bidai motibazio ia guztiekin harreman zuzena du. Honela, kultura edo naturarekin erlazionatutako egitasmoak indartzea komeni da. San Sebastian Region jomugan barruan desberdintzeko produktu nabarmena da gastronomia eta bereziki enogastronomia Hernanin (Sagardo Lurra markaren barruan).



Iturria: Ibiltur. Ocio 2017-2016.*Conocimiento del perfil y del comportamiento de las y los turistas que vistan Euskadi por motivaciones de ocio.*

Azpi ekintzak

- 41-55 urte bitarteko bisitariaren bigarren bisitan eragiteko, garrantzitsua izango da urtez-urteko berrikuntzak txertatzea txotx denboraldian zehar eskaintzen diren produktu eta programetan. Kultura edota aisia aktiboa izan daitezke programa horiek osagarritzeko ardatz nagusiak. Gainera, kontutan eduki beharko da adin-tarte honetan bisitari gehienak lagunartean eta familian egiten dutela bisita eta, beraz, garatutako eskaintzaren estrukturak hauei erantzuteko helburua izango dute.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Ostalaritza sektoreko agenteak, kultura arloko agenteak, sagardotegiak, udala, Behemendi, Gipuzkoako Sagardogileen Elkartea, Sagardun Partzuergoa, GFA*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Eskaintza berezitua sortzea eta bezero berriak erakartzea.* *Donostiatik gastronomiaz erakarrita bisitariak erakartzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

8.14.	EKINTZA	**Sagardoaren kultura osatzen duten baliabide ezberdinen arteko produktu katea sortu.**

Sagardoaren prozesuaren baitan garatu daitezkeen produktuen sorrera aztertu eta bultzatu, garai bakoitzari lotutako ezaugarriekin. Helburu desberdinekin: desestazionalizazioa bultzatu, txotx garaiak dituen pertzeptzio negatiboetan eragin sagardoaren kultura balioan jarriz, agente desberdinen arteko elkarlana bultzatzea.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, udala, Gipuzkoako Sagardogileen Elkartea, Sagardun Partzuergoa, GFA, Behemendi…*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Sagardoaren kulturaren balore-katean eragitea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

8.15.	EKINTZA	**Turista tipologia nagusietara bideratutako merkatu estrategia diseinatu.**

Garaikotasun maila altura lotutako turista tipologia jasotzen du Hernanik, txotx garaian zehar sagardotegietara doazen lagun taldeak (5 pertsonako taldeak, batez beste) direla eta ia gehienak larunbatetan iristen direla jakinda, asteko beste egunetan establezimendu askotan okupazio maila dezente jaisten da. Eta uda sasoian bikoteak eta familiak (2,5 pertsonako talde multzoetan, bataz besteko) dira ugarienak.

Kontuan izan behar dugu ere, urtean zehar nahiz txotx garaian enpresa munduari lotutako langileak edota negozio turistak, Hernaniko gastronomia turismoan segmentuko bezero potentzial klabeak direla (astean zehar kontsumitzen dutenak) eta, beraz, turista tipologia honi zuzendutako eskaintza lantzeko pausuak eman beharko direla. Helburua: sagardotegien jarduera astean zehar indartzea.

Tipologia ezberdinetarako bideratutako produktuen lanketa, beraz, garrantzitsua izango da.

Azpi ekintzak

MICE turismoa

- Sagardotegietan astean zeharreko bisitak sustatzeko eskaintza bereziak. MICE turismoa eta negozio turismoa erakartzeko eskaintza landu. Bezero tipologia hauen beharrak eta ezaugarriak ezagutuz, eskaintza egokitu.
- Merkaturatze kanalak: MICE eta negozio turismoan espezializatutako bidaia-agentziekin harremanak eta kolaborazio akordioak bideratu.
- Donostia-San Sebastian Convention Bureau entitatearekin kolaborazio aukerak aztertu eta Hernaniko turismo enpresen eskaintza bertan txertatu.

Turista gazteak

- Ezin ahaztu dezakegu, sagardotegiko bezeroen artean gazteen presentzia altua dela (<30 urteko bezeroek guztien %24,3a suposatzen dute. Iturria: Siadeco, 2018). Lehentasunezko segmentu-talde bezala identifikatzen ez bada ere, garrantzitsua izango da sagardotegia eta gazteen arteko sinergien jarraipena burutzea.

Familiak

- Familian sagardotegira joaten diren bezeroen %17a dira txotx denboraldian (Iturria: Siadeco, 2018). Gainera, uda partean tipologia nagusia dira bikoteekin batera. Zentzu honetan, familiak turista tipologia klabe bat dira eta garrantzitsua izango da beraiei bideratutako eskaintza garatzea. Baita ere, familia bidaietan espezializatutako agentziekin harremanak eta kolaborazio akordioak bultzatzea ezinbestekoa izango da.

Generoa

- Generoari erreparatuz, 31 urtetik aurrera emakumeen presentzia nabarmen murrizten da (%51tik %30 ingurura pasatzen da). Ildo honetan, emakumeak sagardoaren kulturan parte hartzeko sustapen ekintzak martxan jartzeko palanka bihurtu daiteke turismoa etorkizunean. Gaia Txotx Mahaiaren baitan lantzeko lan-lerroa izan daiteke.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, Donostia-San Sebastian Convention Bureau, bidaia agentzia espezializatuak, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertain-Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	- *Sagardotegien okupazio maila astean zehar igotzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

Programa 9:

SAN SEBASTIAN REGION

Gipuzkoako Foru Aldundiak, Gipuzkoako eskualde ezberdinetako eskaintza turistikoa ezagutarazteko Turismo bulegoa ireki zuen Donostiako Boulevard-ean (2017/07/01). Aipatu bezala, eskualdekako informazioa eta erreserbak burutzeko gunea da. Donostiak turistak erakartzeko daukan indarraz baliatu nahi izan du eskualde ezberdinen eskaintza bistaratzeko.

Eskaintzen diren zerbitzuak:

- Informazio eta aholkularitza
- Ekintza eta alojamenduen erreserba
- *Merchandising* salmenta
- *Barque Card* txartelaren salmenta
- Wifi eta tablet erabilera

2017. urtean ere eskualde bakoitzari egokitutako txokoa landu da eskualdeko eskaintza erakusteko.

Diagnostikoan aipatu bezala, Donostiak aukerak eta mehatxuak sortzen dizkio Hernaniri eta horiek zein terminotan ematen diren ezagutzea ezinbestekoa izango da jomugaren iraunkortasunari begira. Alde positiboen artean, zenbait bisitari-tipologia erakartzeko kanala da Donostia.

9.1.	EKINTZA	**Nitxo konkretuak erakartzeko produktu eta komunikazio plana landu.**

Gipuzkoako Behatoki turistikoak 2017 urtean kaleratutako txostenaren baitan bulegoan egon ziren bisitarietatik batez ere Donostia (%63,2) eta Gipuzkoako informazio orokorra (%16,6) eskatu zuten. Donostialdea aldiz seigarren postuan kokatzen da %0,7 ko portzentaiarekin. (Urola Kosta, Bidasoa eta Oarsoaldearen atzetik)

2016. urtean %12,19ak (aurretik, Urola kosta %39,30 eta Bidasoa %16,17) adierazi zuen Donostialdea ezagutzeko interesa.

Azpi ekintzak:

- Segmentu berezietara bideratutako eskaintza garatzea (turismo gastronomikoa, natur turismoa, turismo industriala…).
- Ezberdintasunean oinarritutako komunikazio estrategia garatu (ikusi Komunikazio eta promozioa ildo estrategikoa).
- MICE segmentua landu (Orona-Ideo jardunaldietako gune bezala txertatu).

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, GFA*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Donostiatik bisitarien fluxuak bideratzea. Hernaniren presentzia San Sebastian Region jomugan barruan handitzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

9.2.	**EKINTZA**	**Gertuko bisitaria erakartzeko estrategia garatu**

Estatuko bisitariak ugariak dira Hernanin, batez ere udako hilabeteetan, urtez-urteko datuen arabera mantenduz eta goruntz doazenak. Kasu honetan, gehienak txangozaleak direla pentsatzen arren, jarduera turistikoan parte dira eta hauei bideratutako eskaintza ondo egituratu behar da eta Gipuzkoako turismo estrategiarekin bat egin.

Gertuko bisitariaren ezaugarriak kontuan izan beharko dira, Hernaniko baliabide eta produktuak honi egokitzeko eta balio erantsia izan dezakeen eskaintza garatzeko.

Produktu hauen merkaturatzean San Sebastian Region jomugan bidez nahiz eskualdeko eta Hernaniko estrukturan bidez egin beharko litzake.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Behemendi, GFA*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Bisitari txangozaleen kopurua igotzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

4 MARKA ETA KOMUNIKAZIOA

Jomuga turistikoaren posizionamendu estrategiaren definizio faltak Hernanik martxan jartzen dituen promozio ekintzen norabidean eragin zuzena dauka.

Lan ildo honen baitan identifikatzen PROGRAMAK (3) ondoregoak dira:

- Informazio puntuaren presentzia hobetzea. Datuen analisia hobetzea.
- Komunikazio eta marketing estrategia.
- San Sebastian Region jomugan Hernaniren presentzia.

Programa 10:

INFORMAZIO PUNTUAREN PRESENTZIA HOBETZEA

Hernanik bisitarien arreta zerbitzua hobetzeko beharra dauka. Bidaiaren aurreneko faseetan, hau da, bidaiaren prestaketan eta bidaia bitartean, garrantzitsua da bisitariak arreta zerbitzua kalitatekoa, egokia eta efektiboa jaso ahal izatea. Hortaz, turismo bulego zein informazio puntuen eraginkortasunean eragin behar da, “bulegoa bisitariengana hurbiltzea” helburuarekin. Programa hau esparru desberdinetatik landu beharko da, oro har, eremu fisikoaren antolaketa eta kudeaketa, alde batetik, eta zerbitzuen egokitzapena, bestetik.

DATUEN ANALISIA HOBETZEA

Turismoan sektoreak Hernanin duen eragina eta joerak ezagutzeko ezinbestekoa da datuen bilketa, analisia eta jarraipen sistema egokia ezartzea. Bisitariak, motibazioa, okupazioa, asebetetze maila, egonaldia, komunikazio kanalak, gastua bidaian zehar, etab. Modu sistematizatuan jaso beharreko informazio baliagarria da edozein jomuga turistikoaren kudeaketa nahiz promozioa eta komunikazioa planifikatzeko. Hernaniren kasuan, gabezia garrantzitsua identifikatu da gai honetan, horregatik, turismo bulegotik bultzatutako datuen bilketa hobetzea izango da etorkizuneko helburuetako bat.

10.1.	**EKINTZA**	**Informazio bulegoaren kokalekua eta egutegia birplanteatu**

Turismo informazio bulegoa bisitarian zerbitzura jartzea eta etengabeko arreta ematea ezinbestekoa da eta, horretarako, gaur egungo kokalekuak oztopo bat suposatzen du. Izan ere, Biteri Kultur Etxeko bulegoa ez dago kalera zabalik eta nahiko ezkutuan gelditzen da kanpotik datorren bisitarientzat. Denboraldi altuan (Txotx garaiko asteburutan eta udaran) jartzen den etxolak ere zenbait eragozpen dauzka (espazio mugatua, harrera ez oso irisgarria, instalakuntza ez iraunkorra).

Hortaz, hirigunean barrena egon daiteken eta pertsona-fluxua nabarmena biltzen den gune berri bat prestatzea izango da helburua. Aukera desberdinak egon daitezke eta, noski, gaur egungo bulegoa mantenduz nola birmoldatu ere aurreikusi daiteke.

Azpi ekintzak:

- Eraikin eta lokal erabilgarrien azterketa burutu.
- Burutu beharreko birmoldatze edota berritze lanen zehaztapena (teknikoki eta ekonomikoki) eta finantziaketa-modua erabakitzea.
- Egutegia eta ordutegiak zabaltzeko proposamena**.**

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*2018-2019ko aurrekontuekin turismo bulegoaren proiektua garatzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Proiektuaren izaeraren baitakoa izango da.*

10.2.	EKINTZA	**Informazio puntuaren izaera soziala bultzatu eta herritarrei begira edota herriaren beharretarako ere erabilgarria izango den egoitza bultzatzea.**

Herritarrak ere Informazio Bulegoan publiko objektiboa izan behar dute, bere kezkak eta ekarpenak entzuteko eta elkarrekin errealitate turistikoan aurrera egiteko gunea.

Honekin batera, edozein azpiegitura eta baliabideren mantentzea eta hornikuntzan beharrezkoak diren giza- eta diru-inbertsioaz jabetuta, informazio bulegoaren izaera eta zerbitzu eskaintza turismoaz haratago zabaltzea alternatiba interesgarria izan daiteke. Hau da, herritarrei begirako bestelako zerbitzuak eta produktuen eskaintza egoitza berdinean bateratzea aukera aztergarria litzake. Izan ere, Hernaniko Turismo Hausnarketa proiektuaren diagnostikoan baitan informazio puntuaren definizio falta eta herritarrek turismo eskaintzaz kanpoko bestelako funtzioetarako erabiltzeko joera dutela baieztatu da. Modu honetan, informazio turistikoa, herritarren arreta zerbitzua (kultura egitaraua, jarduera edota egitasmo desberdinetan parte hartzeko izena emateko egoitza, etab.) edota bertako produktuen erakusketa eta salmenta eskaintzeak, baliabideen optimizazioa eta hobetzeko helburua lortzeko bidea izango da, beti ere turismo departamenduan aldetik egoitza honen koordinazioa eta sustapen ardura mantenduz.

Azpi ekintzak:

- Udal-departamentu desberdinen arteko adostea eta koordinaketa.
- Informazio bulegoaren izaera soziala, zerbitzuen eta kudeaketa moduaren definizioa.
- Finantziaketa aukerak aztertu.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udala (Kultura eta Euskara, Kirolak, Ingurumena sailak)*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Turismo Informazio Bulegoaren zerbitzuak herriaren beharretara ere zuzentzea eta ematen hastea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Aurrekontua egoitzaren izaeraren baitakoa izango da.*

10.3.	EKINTZA	**Hernaniko Turismo Informazio Bulegoa Euskadiko Itourbask sarean barneratzea.**

Hernaniren turismo posizionamenduan eta mapa turistikoan presentzian eragiteko Itourbask sarean egotea lagungarria izan daiteke. Gainera, turismo informazioaren eta bisitarien harrera-zerbitzuan kalitatean oinarrizko baldintzak bermatuak egotea ziurtatzen laguntzen du.

Azpi ekintzak:

- Turismo bulegoen euskal sareari (iTourbask) atxikitzeko eskabidea egin.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Basquetour*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Turismo Informazio Bulegoaren zerbitzuak herriaren beharretara ere zuzentzea eta ematen hastea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Aurrekontua egoitzaren izaeraren baitakoa izango da.*

Programa 11:

KOMUNIKAZIO ETA MARKETING ESTRATEGIA

11.1.	EKINTZA	Komunikazio eta marketing estrategia baten garapena.

Helburu estrategikoetan oinarritzen den merkatu eta produktu estrategiari lotutako markaren komunikazio-erraminten egokitzapena eta promozio-ekintzen planifikazioa jasotzen dira ekintza honetan. Hernani, Sagardo Lurra jomugan barruan, baita Gipuzkoan ere, izaera bereziko jomuga turistiko bat izateko asmoa du etorkizunean, txotx garaitik haratago kokatzen den herria bait da.

Hernanik merkatu estrategia komunikazio eta marketing estrategia eta ekintza plan baten eskutik garatu behar du. Estrategia honek jomuga turistikoaren mugak eta testuingurua kontuan eduki beharko ditu eta, ezinbestean, eragin zuzena daukaten bestelako marketing planekin lerrokatua egon beharko du (esate baterako, Gipuzkoako edota Donostialdeko turismo marketing estrategiak). Modu honetan, Hernaniko izaera eta balio erantsia erakutsi eta promozionatzeaz gain, inguruko beste jomuga turistikoekin batera amankomuneko ekintzak eta ekimenak martxan jarri ahal izango dira, guztion onura bilatuz.

Hortaz, garatu beharreko komunikazio estrategiak merkatu edo publiko objektibo bakoitzei zuzendutako ekintzak jasoko ditu. Modu berean, herritarrei begirako ekintzak ere garatzea ezinbestekoa izango da, bertakoen eta bisitarien arteko elkarbizitza sustatzeko helburuarekin.

Azpi ekintzak

- Komunikazio eta marketing estrategia garatu. Hernanin turismoan arloan markatutako ildo estrategikoekin bat datorren komunikazio eta marketing ekintza plana.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altua*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Komunikazio eta marketing ekintza plana.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*20.000€*

11.2.	EKINTZA	**"Hernani" markaren posizionamendua jomuga turistiko bezala indartzea.**

Gaur egun, Hernanik jomuga turistikoa identifikatzeko irudi edo marka sendoaren beharra dauka, honen erabilera eta aplikazio egokirako gidalerroak markatuz.

Helburu estrategikoetan oinarritzen den merkatu eta produktu estrategiari lotutako markaren komunikazio-erraminten egokitzapena burutuko da ekintza honen bidez. Hernani, Sagardo Lurra jomugan barruan, baita Gipuzkoan ere, izaera bereziko jomuga turistiko bat izateko asmoa du etorkizunean, txotx garaitik haratago kokatzen den herria bait da. Honek, noski, komunikazio eta marketing estrategia zehatz bat finkatzea eskatzen du (**11.1.**), ekintza guztiek bide zuzena jarrai dezaten. Hala ere, lehen pauso bezala, markari lotutako oinarrizko balore eta mezuak identifikatzea beharrezkoa da.

Azpi ekintzak

- Gaur egun Hernaniko turismo eskaintza promozionatzeko eta erakusharazteko erabiltzen diren marka eta irudien inguruko hausnarketa burutu. Helburua: turismoan sektorean modu unifikatuan eta arautuan aplikatu ahal izateko markaren oinarrizko erabilera gidaliburua sortzea.
- Markaren erabilera gidaliburua sektoreko agente desberdinei eta udaleko bestelako sailetan zabaldu eta arauak aplikatzen direla jarraipena egin.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Hernani jomuga turistikoa identifikatzeko markaren oinarrizko erabilera gidaliburua. Dokumentua sortzea eta aplikatzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*2.000€*

11.3.	EKINTZA	**Promozio erraminta edota bideak lerrokatu, baita sektorean parte hartzen duten agente desberdinak ere.**

Estrategia lehiakor bat martxan jartzeko ezinbestekoa da entitate publiko zein pribatu guztien konpromezua eta babesa jasotzea oinarrizkoa da. Guztien ahaleginak norabide berdinean jorratzeak markatutako helburuak lortzeko aukerak handitzen dituzte.

- Bisitari potentzialek Hernani bisitatzera erakarriak sentitzeko, baita beraien egonaldian zehar esperientzia errazteko ere, funtsezkoa da informazio eta mezu baliagarriak beraien eskura jartzea. Instituzioetako komunikazio kanalen bidez ematen den edukiaren eta mezuen azterketa burutzea garrantzitsua da, jomuga turistikoari buruzko informazioa hobetu eta egokitzeko helburuarekin.
- Honekin batera, oso garrantzitsua da online kanaletan jasotzen diren bisiten eta interakzioen inguruko jarraipena egitea. Webguneetatik biltzen diren datu estatistikoak oso erraminta erabilgarria dira komunikazio eta marketing estrategia berriak planifikatzeko (Analytics, Adwords, Facebook estatistikak).

Azpi ekintzak

- Hernaniko turismo sektorearen online kanaletako informazioa eguneratu, egokitu, elkarbanatu eta bateratu.
- *Hernaniturismo.com* webgunean, turismoan garatzen den merkatu eta segmentu estrategiari egokitutako egituraketa berria eta edukien eguneraketa. Honekin batera, bisitarientzat informazio baliagarria edota praktikoa modu errazean kontsultatzeko aukera izatea. *Responsive design* izateko beharrezko aldaketak egin (mugikorretan ondo egokitzea).
- *Hernani Turismoa* sare sozialetan eduki eta mezuen egokitzapena.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altua*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Hernani ezagutu nahi duten bisitari potentzialek jasotzen duten informazioa hobetzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

Programa 12:

SAN SEBASTIAN REGION JOMUGAN HERNANIREN PRESENTZIA

Hernaniko turismo sektorea Gipuzkoa jomuga turistikoaren baitan ulertu beharreko errealitatea da, Sagardo Lurra deritzon eremuan kokatutakoa. Hortaz, sagardoaren inguruan garatutako irudiarekin bat egiten du Hernanik San Sebastian Region deritzon jomugan barruan, baina, argi dago Hernanik askoz ere gehiago eskaintzeko potentzialtasuna daukala. Sagardotegiek duten erakarpen indarraz baliatuz (sagardoaren kultura transmitituz) Gipuzkoan barrena dabiltzan bisitariei eskaintza osagarria zabaltzeko lan egin behar du.

12.1.	EKINTZA	Basque Card *San Sebastian+Region*

Donostia eta Gipuzkoan zehar mugitzeko garraio txartela izatetik haratago (Gasteiz eta Bilbora bidaiak ere barne), beherapenak eta abantailak eskaintzen dira establezimendu laguntzaileetan. Promoziorako baliagarria den euskarria da eta bertan Hernaniko zenbait zerbitzu edota produktu txertatzeko lankidetza sustatu daiteke.

Hernaniren komunikazio-sare aproposaz baliatuz, garraio publikoan bisitarien mugikortasuna sustatzeko ekimen interesgarria da.



ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *GFA, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Basque Card txartelean Hernaniko produktu eta baliabide desberdinak txertatzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Lortzen diren akordioen araberakoa.*

12.2.	EKINTZA	**San Sebastian Region promozio atarian eta bestelako euskarrietan Hernaniren presentzia handitu.**

Webgunean Hernaniko presentzia handitzeko baliabide gehiago ezagutarazi eta bisitariari aukerak zabaldu (natur ingurunea, eskaintza kulturala, ibilbide sarea, Laiaren ibilbidea…).
Honekin batera, bisitarien interesekoak izan daitezkeen kultura edota kirol ekintzak webgunean zabaltzea (agenda atalean).

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Behemendi, GFA*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertain-Altua*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Hernaniren presentzia handitzea webgunean eta bestelako promozio-euskarrietan.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

12.3.	EKINTZA	**Gipuzkoa eta Donostiako turismo enpresa desberdinei bideratutako Fam Trip-ak antolatu.**

Zerbitzu turistikoak nahiz bidaia-agentzia hartzaileak Hernanin eskaintzen diren produktuak ezagutzeko Fam Trip (trebakuntza edota ezagutza bidaiak) desberdinen bidez sektoreko agente berriek jomuga turistikoaren berri izateko aukera izango dute. Zentzu honetan, txotx garaitik kanpo dagoen eskaintza promozionatzea lehenetsiko da, garaikotasunean eragiteko.
Fam Trip hauek Hernaniren posizionamenduarekin eta bertako izaerarekin bat datozen agenteak bilduko dituzte, merkatu eta segmentu estrategikoekin lerrokatuz.
Ekintza hau, eskualdera zabaldu daiteke eta Donostialdeko eskaintza modu bateratuan zabaltzeko aukera izan.

Azpi ekintzak

- Promozionatu nahi den eskaintza (produktu motak, publiko objektiboa…) eta transmititu nahi diren mezuen adostea. (**7.** Programarekin lotuta)
- Agente mota edota gaika, bidaia bakoitzaren sailkapena egin. Deialdia burutu eta bisita bakoitzean parte hartuko duten tokiko agenteekin antolakuntza.
- Elkarlan eta kooperazio akordioak adosteko ahalegina.

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektoreko agenteak, Behemendi, GFA*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertain-Altua*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Fam Trip desberdinen antolakuntza.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*3.000€*

5 SEKTORE PRIBATUA

Egungo turista tipologia eta ezaugarri berriek lehiakortasun klabeetan lan egiteko beharra inoiz baino gehiago azaleratzen dute. Turistak, kalitatea eta prezioaren arteko orekan oinarritzen du bere erabakia, beraz ezinbestekoa izango da kalitatea lehiakortasun klabeetan kokatu eta sektorearen mesedeetan lan egitea.

Garrantzitsua izango da formazioa jomuga turistikoaren estrategiarekin lotzea eta sektore pribatuaren ahalegin honen onurak indartzea. Lan Ildo honetarako ezinbestekoa izango da sektore pribatuarekin lan dinamika jarraitua lantzea.

Lan ildoaren baitan identifikatzen PROGRAMA (1) ondoregoa da:

- Sektorearen indartzea eta formakuntzan eragitea.

Programa 13:

SEKTOREAREN INDARTZEA ETA FORMAKUNTZAN ERAGITEA

Diagnosia burutzerakoan sektore pribatuaren eskutik jasotako galdetegien emaitzak argi erakusten zuten sektorearen formakuntza beharra eta nahia. Modu honetan, sektorearen berrikuntza eta lehiakortasunean eragiteko formazioa bideratu beharko litzateke. Lan ildo honen lanketarako ezinbestekoa izango da merkatu estrategia presente izatea.

Bestetik, lanketa guztian zehar islatu nahi izan den bezala, sektore publiko eta pribatuaren arteko sinergiak eta elkarlanerako dinamika egonkorrak ezartzea ezinbesteko premisa edo oinarria izango da.

13.1.	EKINTZA	Sektore pribatuari zuzendutako formakuntza saioak antolatu

Diagnosia burutzerakoan sektore pribatuaren eskutik jasotako galdetegien emaitzak argi erakusten zuten sektorearen formakuntza beharra eta nahia. Modu honetan, sektorearen berrikuntza eta lehiakortasunean eragiteko formazioa bideratu beharko litzateke. Lan-ildo honen lanketarako ezinbestekoa izango da merkatu estrategia presente izatea.

Azpi ekintzak

Formakuntza proposamena:

- Teknologia berriak, hizkuntzak edota komertzializazioaren inguruko formakuntza sustatzea.
- Baliabide turistikoen inguruko formazioa ahalbidetzea. Elementu kulturalen lanketan eragin beharko da sektorearen masa kritikoa sortzeko.
- Hernaniko errealitatera egokitu daitekeen kalitatezko zigiluen formakuntza saioak antolatzea.
- Diagnostikoan ere aipatu bezala, sagardogileek ekoizle bezala ikusten dute beraien burua baina egun errealitateak hostalari eta turismo agente bihurtzera eraman kasu askotan, nahiz eta azken honetarako atxikitu beharreko ezaugarri eta kontzeptuak ez garbi eduki. Ildo honetan, turismo iraunkorraren klabeetan formakuntza eskaintzea garrantzitsua izan daiteke.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Formakuntza eskaintza antolatzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

13.2.	EKINTZA	Turismo enpresen lehiakortasuna.

Sektorean lehiakortasunean eragiteko, Eusko Jaurlaritzak sustatzen dituen kalitate turistikoko zigiluen ezarpen programarekin jarraitzea garrantzitsua da eta, urtez-urte, enpresa berriak atxikitzea.

Azpi ekintzak

- Kalitate turistikoa bermatzen dituzten zigiluen sustapena, ezarpena eta hauen inguruko jarraipena: SICTED, Q Kalitate Turistikoa, Ecolabel…
- Sektorearen modernizazioan etengabeko hobekuntzak ahalbidetu.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, Behemendi*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Enpresa berriak atxikitzea eta daudenak mantentzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Basquetour-ek programa hau burutzeko egokitutako aurrekontua.*

6 TOKIKO GARAPENA ETA SENTSIBILIZAZIOA

Turismoak sortutako eraginak gero eta nabarmenagoak dira eta herritarren parte hartzea turismoaren aurkako jarrerei erantzuteko antolatu direla ikusi dugu.

Lan ildoaren baitan identifikatzen PROGRAMAK (8) ondoregoak dira:

- Sensibilizazio turistikoa
- Ahalduntze turistikoa
- Turismoa eta Garapen lokala
- Enplegua
- Sektore batzuen ahalduntzea eta onura sozialak bultzatzea
- Ondarea balioan jartzeko estrategia
- Ekintzailetza sustatzea
- Elikadura subirautzan laguntzeko programa

Programa 14:

SENTSIBILIZAZIO TURISTIKOA

Herritarrak turismoaren inguruko ahalduntzean lan egitea ezinbestekoa da sektorea iraunkortasun klabeetan oinarritzen bada. Gero eta jomuga turistiko gehiago dira herritarren sentsibilizaziorako ekintzak martxan jartzen dituztenak. Programa hauen helburuak garbiak dira: herritarrek turismoaren inguruan duten pertzepzioa ezagutu, irudikatzen duten turismo eredua estrategian isladatu eta herritarrak jomuga turistikoaren enbaxadore garrantzitsu bezala, esperientziaren aktibo garrantzitsu bihurtzea.

14.1.	EKINTZA	Sentsibilizazio turistikoa herritarrengan.

Programa honen abiapuntua “Hernaniko Turismo Hausnarketa” lanketaren baitan jasotzen da, hala nola, herritarrak turismoaren errealitateaz jabetzeko, bertako ondarea balioan jartzeko eta baita agente turistiko aktiboak direla jabetzeko helburuekin planteatutako lan-ildoa.

Hernaniarrek bertako ondarea ezagutzeko egitasmoa planteatzen da beraz. Ekintza edota jarduera desberdinak jaso daitezke programa honetan, 2018. urteko azken hilabeteetan hasi eta urtez-urte mantendu daitekeena.

Ondorengo ardatz edo azpiataletan garatu:

- Hausnarketa eta sentsibilizazioa
- Egin turismoa zure herrian
- Turismoa hezkuntzan

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udaletxeko sailak eta politikoak. Herriko eta eskualdeko agente desberdinak 8kultura, gastronomia, ingurumena, historia, etab.)*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*2018an gutxienez bi ekintza burutzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*2018rako 5.323€ (+BEZ)*

15.2.	EKINTZA	Sentsibilizazio turistikoa: Sagardoaren kultura

Herritar zein bisitariengan txotx garaia eta parrandaz haratago dagoen sagardoaren kultura ezagutarazi eta honen baitako baloreen transmisioa ahalbidetzea.

Azpi ekintzak

- Sagardoaren kulturaren baitan identifikatutako ondare-katea balioan jartzea herriko sektore ezberdinekin.
- *Beterri km0* ekimenarekin bat datorren proiektua zabalago bat burutzea: lehengaietan oinarrituz eta sagardoaren inguruko produktua txertatzea.

- Sagardotik eratorri daitezkeen produktuen inguruko lanketa burutu (arestian aipatu bezala, Lurrekolore bezalako ekimenak interesgarriak dira).

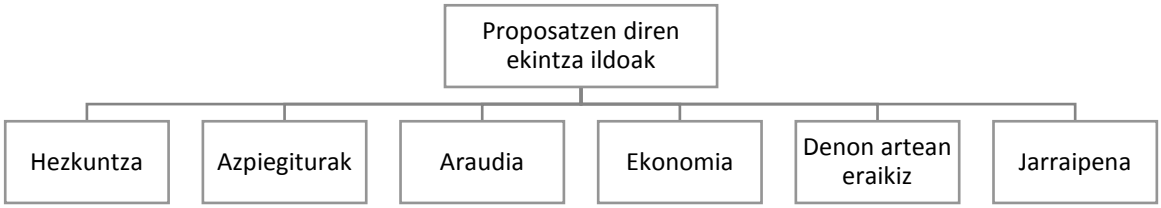
ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Sektorea, herri mailako agenteak, herritarrak, udala*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertain-Altua*
ESPEROTAKO EMAITZA	
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

Txotx garaiaren kudeaketan pausoak ematea izan da Txotx Mahaia osatzen duten eragileen azken urteetako erronka. Zehazki 10 urte igaro dira gaiaren inguruko lehen prozesu parte hartzailea burutu zenetik (2008ko ekaina). Atal honetan lan horren baitan identifikatutako alderdi positibo zein negatiboak ekarri nahi izan dira eta bertan proposatutako ekintzak gogorarazi gaiaren inguruan herri mailan burutu daitezkeen ekintza posibleak identifikatzeko.

ALDERDI POSITIBOAK	ALDERDI NEGATIBOAK
• Bizitza soziala sustatu eta giro ederra, alaia eta ona sortzen da. Jende eta koadrila ugari elkartzen dira eta martxa asko dago. Jendeak kalean kantatzen du. • Harremanak lantzeko, gazteak elkartzeko, lagun berriak egiteko eta probintziako jendea ezagutzeko aukera ematen du txotx garaiak. Harreman jatorrak dira, beharrezkoa da jende jatorra eta fina elkartzea. Oso gazte zintzoak ikusten dira. Hainbat kultura uztartzen dira. • Gurea da eta sagarrari eta naturari lotutako kultura berreskuratzen ari da. • Jendeak ezagutzen gaitu; gure herria gero eta gehiago ezagutzen da. Horren harira, Hernani ezagutzera emateko modu bat da. • Diru-iturri garrantzitsua da Hernanirentzat. Diru-sarrerak eta irabaziak sortzen ditu: sagardoa, autobusak, bazkariak, merkataritza, ostalaritza. Lanpostuak sortzen ditu. Baserritarrentzat bizimodu berria izan da, ekonomikoki ona. Obrak, mugimenduak, inbertsioak izan dira. Saltoki gehiago, taberna gehiago daude. • Bizikidetzari dagokionez, hernaniarrek txotx garaia eta jendea onartzen dute.	• Arazo “sexista” bat dago: batez ere gizonekin zerikusia duten pixak, zaratak, jokabideak... • sagardoaren kultura galtzen ari da; ez gara konturatzen gure kultura, gure nortasuna dela: besteak beste, zenbait ohitura galtzen ari dira (abestea, harremanetan jartzea...). • Nahasmen, bandalismo eta errespetu-falta handia dago: ze kultura mota sortzen ari gara? Bidaia antolatu batzuen xedea “mozkortzea” da, edariak nahasten dira, drogak hartzen dira,... (batez ere gazteek, helduak ondo portatzen dira). Jende asko elkartzen denean, arazoak sor daitezke; beti dago neurriak hausten dituen norbait. Gainera, bere herrian ez dagoenez, nahi duena egin dezakeela uste du, Hernanik legerik izango ez balu bezala. Sagardotegira datozenean badira neurritik irteten direnak... Hernaniarrek ere hautsi izan dituzte gauzak noizbait. • Merkantilizazioa dela eta, dena bihurtu da negozio. • Hernanik ez du hainbeste jende hartzeko ahalmenik, txotx garaia masifikatzen ari da. Sagardotegietako gehiegikeriek Hernanin eragiten dute.

• Sagardotegi bikainak daude, benetan merezi dutenak eta gure usadioei eusten dietenak. Gazteak hasi dira sagardoa edaten eta ohitura hori berreskuratzen. • Ikastolek sagardoa ezagutzeko eta nola egiten zen ikusteko kanpainak antolatu dituzte. • Bilerak eta kanpainak egiten dira, eta ondorioz, egoerak hobera egin du azken urteotan.	• Eragozpen ugari sortzen dira: zarata asko, aparkaleku-falta, adineko jendea beldurtu egiten da hainbeste jende ikustean... pixak, zikinkeria, gonbitoak, kristalak daude. Atseden hartzeko eskubidea urratzen da. • Autobusez datozen gazteak bizpahiru orduz ibiltzen dira tabernetan, batzuek ez dakite edaten, sagardo gehiegi hartzen dute... • Permisibitate gehiegi egon da. • Datorren jendeak eta egoerak ez dute zerikusirik sagardotegiekin. • Tabernaren barruko eta kanpoko erantzukizuna (Udalari dagokiona) bereizi behar da. • Ordutegiak ez dira behar bezala kontrolatzen eta errespetatzen. Jendea etortzea ondo dago, baina muga batzuekin. • Bakoitzak berea soilik ikusten du. • Zabor asko sortzen da plastikoarekin, edukiontzi gutxi eta, ondorioz, zikinkeria asko dago lurrean. Ur asko erabiltzen da kaleak garbitzeko eta araztegitik pasatzen da. • Txotx garaiak tabernei eta sagardotegiei ekartzen dizkie etekinak, eta sagardotegiei diru-laguntzak ematen dizkiete, beste behar batzuk asetu ordez. Alabaina, gai hori Foru Aldundiari dagokio. • Batzuek ez dute egoera hain gaizki ikusten eta beste batzuek uste dute iaz gainezka egin zuela. • Astegunen eta asteburuen arteko desoreka dago Hernanin. Astigarragan, esaterako, beste giro bat dago astean zehar.

Iturria: Hernaniko udala, 2008. *Txotx garaia 2008, Herritarren Parte Hartze prozesua, prozesuaren memoria*



Urteak pasa badira ere, prozesu horretan proposatutako zenbait ekintza egun gauzatzen ari dira eta beste batzuk baztertzeko edota lantzeko aukerak aztertzea egokia litzateke. Turismoak bere horretan aipamenik ez badu ere sagardoaren kulturan baitan bideratu daitezkeen ekintzak balioan jartzeko balio dezakeela uste da eta berak ikuspegi eta sentsibilizazio ikuspegitik lan egitea garrantzitsua izango da.

Programa 15:

AHALDUNTZE TURISTIKOA

Herritarrak turismoko errealitatean txertatu nahi baditugu, aktibo garrantzitsu bihurtzea ezinbestekoa izango da. Honela, turismoaren inguruko pertzepzioa jaso eta egon daitezkeen egoeren gaineko protagonistak bihurtzea garrantzitsua izango da.

15.1.	**EKINTZA**	**Herritarren ekarpenetan oinarritutako turismo behatoki baten lanketa burutzeko azterketa.**
Informazio puntuak izan dezaken funtzio eta harreraren baitan kokatu. (**10.2.** ekintzarekin lotuta)		

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udala, GFA, Deustoko Unibertsitatea*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

Programa 16:

TURISMOA ETA GARAPEN LOKALA

Turismoak herri garapenean eragiteko aukera ezberdinak eskaintzen dituela ikusi dugu, baina hauen planifikazio iraunkorra bermatzea ezinbestekoa izango da jardueraren osasuna eta herritarren mesedetan. Nolako lanpostuak sortzen ditu turismoak? Nora doan sortzen den aberastasuna?...

16.1.	EKINTZA	**Jomugari lotutako indikatzaile iraunkorren identifikazioa eta beharrezko kasuetan zenbait ordenantzen berrikuspena.**

Herriari lotutako indikatzaile iraunkorrak identifikatzea garrantzitsua izango da jarduera turistikoaren iraunkortasuna bermatzeko. Horretarako aspektu klabeak identifikatu eta hauen jarraipena burutzea ezinbestekoa izango da. Udal ordenantzak edota arauak moldatzea edota berriak sortzea aurreikusi beharko da.

Zentzu honetan, Udalak dagoeneko izan ditzaken indikatzaileez gain, OMTak landutako *Turismo Indikatzaile Europarren sisteman* oinarritzea gomendatzen da, beti ere Hernaniko errealitatera moldatuz (*Sistema Europeo de Indicadores Turísticos. Herramienta del ETIS para la gestión de destinos sostenibles*. Unión Europea. 2017).

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udaletxeko sailak eta politikoak*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Turismo indikatzaile iraunkorren sistema propioa martxan jartzea eta 2019. urte bukaeran urteko balantzea egitea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

A) ENPLEGUAREN ITURBURU:

Turismoarekin lotutako enplegu aukerak prekarietate, eta garaikotasuna handia eskaintzen dute maiz. Aldiz, beste kasu batzuetan beste ekintza edo jarduera bat osagarritzeko alternatibak ere badira. Zentzu honetan, herriko ekonomiari begira erreparatu beharreko indikatzailea litzateke.

16.2.	**EKINTZA**	**Turismoaren baitako enplegua sustatu.**

Azpi ekintzak:

- Turismoarekin loturiko enpleguaren inguruko jarraipena burutzeko sistema bilatzea eta honen baitako formazio beharrak identifikatzea (**16.3.** ekintzarekin lotuta)
- Lanbide heziketa nahiz unibertsitatearekin lankidetza martxan jartzea.
- Enpresa turistikoen gestiorako bibero baten azterketa.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria*
	Udaletxeko sailak eta politikoak, GFA, Deustoko Unibertsitatea
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Enplegu berri bat gutxienez sortzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

16.3.	**EKINTZA**	**Ekintzailetza programa**

- Coworking guneak ahalbidetu. Dagoeneko herrian martxan dauden espazioetan, Iturolakoa hala nola, turismoan sektoreko proiektuak eta enpresak sortzeko gune aproposak dira.
- Sektore ezberdinak elkartzen dituen topaketa batzuen antolaketa.
- Ikastaro espezifikoak (komunikazioa, branding-a, teknologia berriak, hizkuntzak…).
- Inguruko herrietan burutu diren esperientziak ezagutu, eta partekatu.

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria*
	Udaletxeko sailak, Behemendi, Lanbide
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Ertaina*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Turismoan sektorera bideratuko den enpresa berri bat edota enpresa-proiektua abian jartzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Lanbide, Spri, GFA.*

B) SEKTORE BATZUEN AHALDUNTZEAN ERAGIN:

Zenbait kasuetan turismoa zenbait sektoreren gainean lan konkretuak burutzea ahalbidetzen du eta hauen gaineko hausnarketa kaleratzea, emakumeak, etorkinak …

17.4.	**EKINTZA**	**Gidaritza ikastaroen antolaketa bereziak**

Turismo gidariei nahiz ikasketak burutzen ari diren pertsonei zuzendutako ikastaroak antolatu eta Hernaniko ondarearen inguruko saioak burutu. Gaur egun, gidari profesionalek ez dute Hernani eta inguruak bisitatzeko eskaintzen, bisita horietatik kanpo gelditzen da. Zentzu honetan, interesgarria izango litzake, batik bat, Donostian lan egiten duten gidariei zein Hernaniko gidariei Hernaniko eskaintza ezagutaraztea eta beraien zirkuituan barneratzen ahalegintzea.

Horrez gain, bertako langabetu nahiz ekintzaileei begira, programa bereziak martxan jartzeko aukera aztertu daiteke. Hala nola, turismoan sektorea Hernaniko hainbat kolektibo ahalduntzeko esparrua izan daiteke, dinamika berri eta eraikitzaileak suspertuz (**17.2.** ekintzarekin lotuta).

ARDURADUNA ETA AGENTES INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udaletxeko sailak eta politikoak, formakuntza zentroak (Lanbide Heziketa, Unibertsitatea), gidari elkarteak (APITE adibidez).*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Altuak*
ESPEROTAKO EMAITZA	*Hernani gida turistikoen ibilbide edota proposamenetan barneratzea.*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

C) ONDAREA BALIOAN JARTZEKO ESTRATEGIA:

Sentsibilizazioaren atalarekin lotutako lan lerroa litzateke eta, beraz, ondarearen inguruko jakintzan eragitea litzateke asmoa. **14.1.** ekintzaren baitan garatzen da.

D) ELIKADURA SUBIRAUTZAN LAGUNTZEKO PROGRAMA

16.5.	EKINTZA	**Turismoaren jardueraz baliatuz, Hernanin elikadura subirautzaren gaian sakontzeko ekimenak.**

Badakigu zer jaten dugun? Non ekoiztu den? Nola eta nork ekoizten duen?... Ekoiztea eta kontsumitzea baino gehiago da elikadura; antolakuntza eta harreman justuagoak eraikitzea ere bada.

Honekin batera, herrian elikadura burujabetzan alde lan egiten duten ekimen eta proiektu desberdinak bertako eta kanpoko bisitarien intereseko gune bisitagarriak izatea bultzatzea litzake ekintza honen helburua. Turismo eskaintzan barneratu daitezkeen iniziatibak dira, bertako produktuak balioan jartzeko eta elikadura eredu alternatiboen zabaltzean eragiteko bidea da.

(**8.12.** ekintzarekin lotuta)

ARDURADUNA ETA AGENTE INPLIKATUAK (eta berriak sortzeko aukerak)	*Turismoko Udal Teknikaria* *Udaletxeko sailak, Berria Elkartea, Hernaniko ekoizleak, Behemendi.*
EKINTZAREN GARAPEN AUKERAK	*Baxuak*
AURREKONTU ESTIMAZIOA eta FINANTZIAZIO AUKERAK	*Ez*

3. EKINTZEN EXEKUZIO KRONOGRAMA

		Lehentasuna	2018 *(3-4 hiruhilabeteak)*		2019				2020				2021			
1. GOBERNANTZA EREDUA ETA KUDEAKETA TURISTIKOA.																
1 PROGRAMA – KOORDINAZIOAREN HOBETZEA																
1.1.	Turismoaren zeharkako izaera kontuan hartuko duen espazioen aktibazioa.	Altua														
1.2.	Turismoa lantzeko estruktura sortu, egonkortu eta adostea.	Altua														
1.3.	URUMEA ARNASTU egitasmoa indartu eta lan lerro berriak bideratu.	Altua														
1.4.	Eskualde mailako lanketarekin jarraitu eta lan dinamikak hobetzea (kanpora begira).	Ertain-altua														
1.5.	Gune babestuen erabilera aproposa bultzatzeko administrazio ezberdinen arteko kooperazioa bultzatu eta erabilera publikoaren inguruko homogenizazioa bultzatu.															
1.6.	Autokarabanen aparkalekua.	Ertaina														

2. PROGRAMA - TURISMOAREN KUDEAKETA ETA PLANIFIKAZIOAN PARTE HARTZEA AHALBIDETZEA																
2.1.	Turismo gaien inguruan erabakitze kolektiborako mekanismoak martxan jarri.	Altua														
2.2.	Ekonomia kooperatiboan oinarritutako proiektuen aukeren azterketa burutzea Hernanin eta eskualde mailan.	Ertain-altua														
3. PROGRAMA - TXOTX MAHAIA																
3.1.	Txotx garaiko planifikazioan agente berriak txertatzea	Altua														

		Lehentasuna	2018 *(3-4 hiruhilabeteak)*		2019				2020				2021			
2. MERKATU ADIMENTSUA ETA DATUEN ANALISIA																
4. PROGRAMA - DATUEN ANALISIA BULTZATZEKO LANKETA BURUTZEA																
4.1.	Galdetegien sorrera	Altua														
4.2.	Txotx garaiko ikerketa kuantitatibo eta kualitatibo bat burutzea	Ertaina														
5. PROGRAMA - BISITARIAK HARTATZEKO ESTRATEGIA																
5.1.	Alojamendu eta bestelako establezimenduak harrera puntuak bihurtzeko saiakerak bultzatzea.	Ertaina														
5.2.	Bisitariaren informazioa eta esperientzian IKT jardunbideetan bideratutako erraminta eta gailuen sorrera bultzatzea.	Ertaina														

		Lehentasuna	2018 *(3-4 hiruhilabeteak)*		2019				2020				2021			
3. MERKATU ETA PRODUKTU ESTRATEGIA																
6. PROGRAMA - IRISGARRITASUN PROGRAMA EZARTZEA																
6.1.	Irisgarritasuna produktu turistikoetan txertatzea.	Ertaina														
7. PROGRAMA - EGUNGO PRODUKTU TURISTIKOEN INDARTZEA																
7.1.	Produktu eta zerbitzuen balio erantsian eragin.	Altua														
7.2.	Sektore pribatuaren arteko harremanak bultzatzeko jarduera ekintzak bultzatzea.	Altua														
7.3.	Produktuen gaineko iraunkortasun indikatzaileak identifikatzea	Altua														
7.4.	Egonaldia luzatzeko produktuen denbora tartean eragitea.	Altua														
7.5.	Baliabide turistikoak eta produktuak herri izaeraren baitan egokitzea eta herriko agenteen inplikazioa bultzatzea.	Altua														
7.6.	Produktu turistikoetan herriko merkataritza berezia edota bertako produktuen sustapena lantzen dutenak txertatzeko lanketa burutzea.	Altua														
8. PROGRAMA - SEGMENTU BASIKOETAN OINARRITUTAKO PRODUKTUEN INGURUKO LAN ILDOAK JORRATZEA																
8.1.	Segmentu berezietara bideratutako produktuen sorkuntzan eragin: Turismo industriala, ohitura musikalak …	Ertain-altua														
8.2.	Eskualdeko produktuak sortu eta garatu.	Ertain-altua														
8.3.	Chillida Leku - Hernani	Ertain-altua														

8.4.	Ekintzailetza eta inbertsioak burutzeko zenbait lerro martxan jartzea.	Ertaina															
8.5.	Urumea bailaran zehar mugikortasun aukerak aztertu eta ekintzak landu.	Ertaina															
8.6.	Turismo aktiboko eta slow adventure filosofia duten ekintzak bultzatu.	Ertaina															
8.7.	Urumea Arnasturen baitan kirol jarduera edota ekitaldia baten antolaketa bultzatzea ingurua balioan jarri eta promozioa lantzeko.	Baxua															
8.8.	Eskualdeko kultur eta natur baliabideen baitan egindako lanketan sei herrietarako identifikatutako baliabideen inguruan ibilbide sarearen berreskuratzeko azterketa (mendi ibilbide edota btt ibilbideena, ez motorizatuak).	Ertaina															
8.9.	Urumea ibaiaren baitan bainu guneak egokitu eta hauskortasun maila altuko guneak babestu.	Ertaina															
8.10.	Ekoturismoa eta turismo aktiboa azpi-segmentuak indartzea	Ertaina															
8.11.	Txotx garaitik haratago herriko gastronomian eragiteko iniziatibak martxan jarri herriko establezimendu ezberdinekin.	Altua															
8.12.	Lehen sektorea bultzatzeko ekintzak.	Ertaina															
8.13.	Gastronomia, kultura eta naturarekin lotutako produktuak sortu.	Ertaina															
8.14.	Sagardoaren kultura osatzen duten baliabide ezberdinen arteko produktu katea sortu.	Ertaina															
8.15.	Turista tipologia nagusietara bideratutako merkatu estrategia diseinatu.	Altua															

9. PROGRAMA - SAN SEBASTIAN REGION																	
9.1.	Nitxo konkretuak erakartzeko produktu eta komunikazio plana landu.	Ertaina															
9.2.	Gertuko bisitaria erakartzeko estrategia garatu	Ertain-altua															

		Lehentasuna	2018 *(3-4 hiruhilabeteak)*		2019				2020				2021			
4. MARKA ETA KOMUNIKAZIOA																
10. PROGRAMA - INFORMAZIO PUNTUAREN PRESENTZIA HOBETZEA eta DATUEN ANALISIA HOBETZEA																
10.1.	Informazio bulegoaren kokalekua eta egutegia birplanteatu	Altua														
10.2.	Informazio puntuaren izaera soziala bultzatu eta herritarrei begira edota herriaren beharretarako ere erabilgarria izango den egoitza bultzatzea.	Altua														
10.3.	Hernaniko Turismo Informazio Bulegoa Euskadiko Itourbask sarean barneratzea.	Ertain-altua														
11. PROGRAMA - KOMUNIKAZIO ETA MARKETING ESTRATEGIA																
11.1.	Komunikazio eta marketing estrategia baten garapena.	Altua														
11.2.	"Hernani" markaren posizionamendua jomuga turistiko bezala indartzea.	Altua														
11.3.	Promozio erraminta edota bideak lerrokatu, baita sektorean parte hartzen duten agente desberdinak ere.	Altua														
12. PROGRAMA - SAN SEBASTIAN REGION JOMUGAN HERNANIREN PRESENTZIA																
12.1.	Basque Card *San Sebastian+Region*	Ertaina														
12.2.	San Sebastian Region promozio webgunean eta bestelako euskarrietan Hernaniren presentzia handitu.	Altua														
12.3.	Gipuzkoa eta Donostiako turismo enpresa desberdinei bideratutako Fam Trip-ak antolatu.	Ertain-altua														

		Lehentasuna	2018 *(3-4 hiruhilabeteak)*		2019				2020				2021			
5. SEKTORE PRIBATUA																
13. PROGRAMA - SEKTOREAREN INDARTZEA ETA FORMAKUNTZAN ERAGITEA																
13.1.	Sektore pribatuari zuzendutako formakuntza saioak antolatu	Ertain-altua														
13.2.	Turismo enpresen lehiakortasuna.	Ertain-altua														

		Lehentasuna	2018 *(3-4 hiruhilabeteak)*		2019				2020				2021			
6. HERNANI. TOKIKO GARAPENA																
14. PROGRAMA - SENTSIBILIZAZIO TURISTIKOA																
14.1.	Sentsibilizazio turistikoa herritarrengan.	Altua														
14.2.	Sentsibilizazio turistikoa: Sagardoaren kultura															
15. PROGRAMA - AHALDUNTZE TURISTIKOA																
15.1.	Herritarren ekarpenetan oinarritutako turismo behatoki baten lanketa burutzeko azterketa burutzea.	Ertaina														
16. PROGRAMA - TURISMOA ETA GARAPEN LOKALA																
16.1.	Jomugari lotutako indikatzaile iraunkorren identifikazioa eta beharrezko kasuetan zenbait ordenantzen berrikuspena.	Altua														
16.2.	Turismoaren baitako enplegua sustatu.	Altua														
16.3.	Ekintzailetza programa	Altua														
16.4.	Gidaritza ikastaroen antolaketa bereziak	Altua														
16.5.	Turismoaren jardueraz baliatuz, Hernanin elikadura subirautzaren gaian sakontzeko ekimenak.	Ertaina														