

GURA MARKETin

**2014-2017 Dinamizazio Planaren gaurkotzea
2018-2021 urteetara**



UROLA KOSTAKO
UDAL ELKARTEA

Aurkibidea

• Informazio kualitatiboa.....	4
• Urola Kosta (Itourbask):	
• Urtarokotasuna.....	5
• Bisitari totalak.....	7
• Bisitariak jatorriaren arabera.....	8
• Euskaditik datozen bisitariak	9
• Estatutik datozen bisitariak	11
• Atzerritik datozen bisitariak	13
• Mundu osoko bisitarien pisua totalarekiko.....	14
• Sarrerak hotel eta nekazaletxeetan (EUSTAT).....	16
• Igarotako gauak (EUSTAT).....	19
• Herrika	
• Getaria.....	23
• Orio.....	24
• Zarautz.....	25
• Zumaia.....	26

Aurkibidea

• Informazio kuantitatiboa.....	27
• Elkarrizketak eta galdetegi onorioak.....	28
• Turismo familiarren benchmarkina	36
• Sare sozialen benchmarkina	53
• Estrategia eta ekintza plana.....	71
• Helburu estrategikoak.....	72
• Ekintza Plana.....	73
• Eskualdera turismoari begira.....	74
• Kokapen turistikoa.....	76
• Produktua.....	81
• Marka.....	88
• Merkatua.....	91
• Komertzializaioa.....	101
• Komunikazioa.....	103
• UEMA.....	104

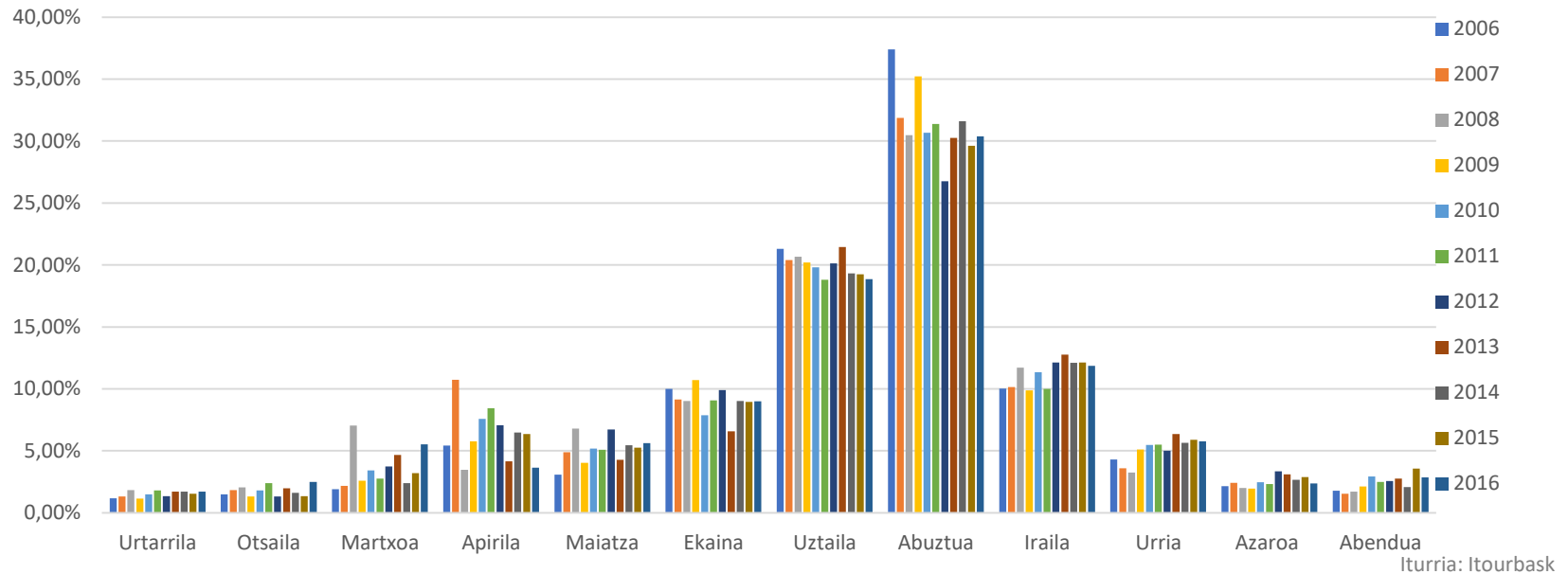
Informazio kualitatiboa



Sarrera

- Jarraian informazio kuantitatiboari buruzko azterketa bat egiten da. Datu horiek Itourbaskek eskainitakoak dira.
- Urola Kostak zenbat bisitari jasotzen dituen aztertzen da. Datuak 11 urteri dagozkie, 2006-2016.
- Lehenik Urola Kostako herri guztiak batera aztertzen dira, eta ondoren herri bakoitza aztertzen da laburki.
- Urola Kosta:
 - Urtarokotasuna
 - Bisitariak jatorriaren arabera
 - Bisitari totalak
 - Euskaditik datozen bisitariak
 - Atzeritik datozen bisitariak
- Herrika
 - Getaria
 - Zarautz
 - Zumaia

Urtarokotasuna

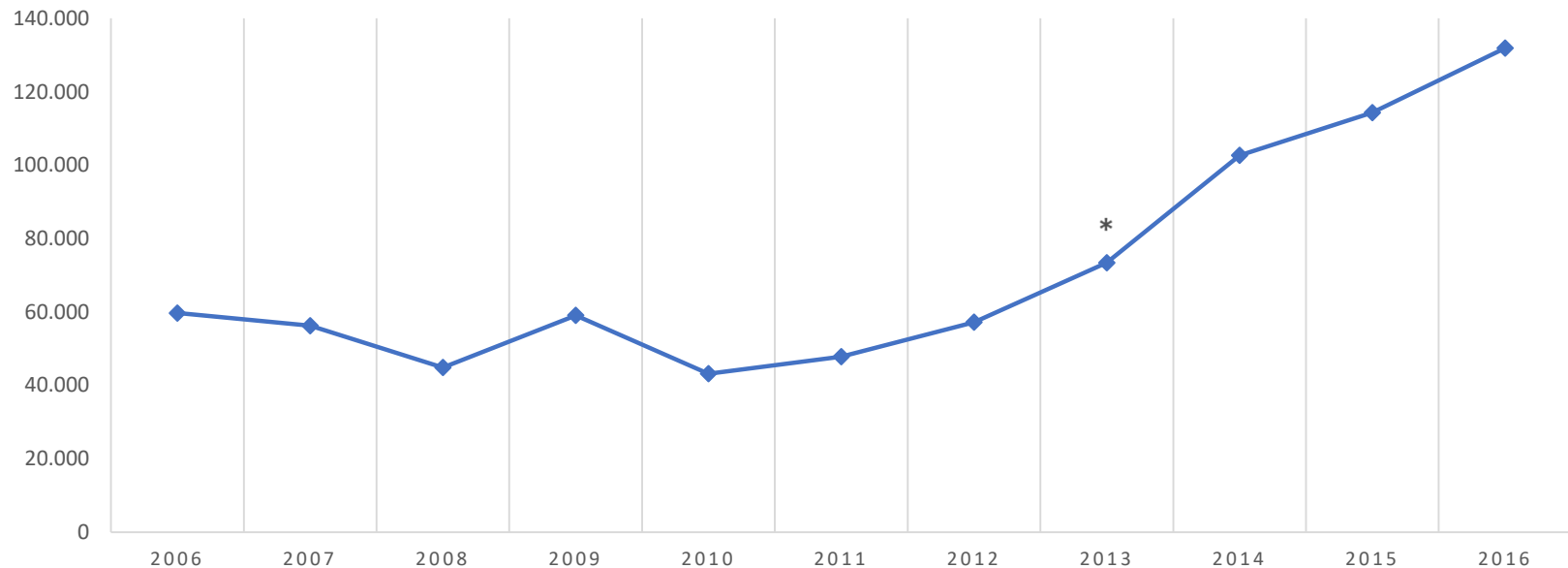


Uztaila eta abuztua dira bisitari gehien jasotzen dituzten hilabeteak. Hala ere, aipatzekoa da abuztuak duen garrantzia, uztailak baino 10 puntu portzentual gehiago edukiz.

Ekainak eta Iralak ere bere garrantzia dute; hala ere, haien pisu portzentuala uztaila eta abuztukoa baino dezente baxuagoa da.

Bestalde, esan dezakegu 11 urte hauetan ez dela aldaketa esanguratsurik gertatu; hau da, egoera egonkor mantendu da.

Bisitari totalak (2006-2016)

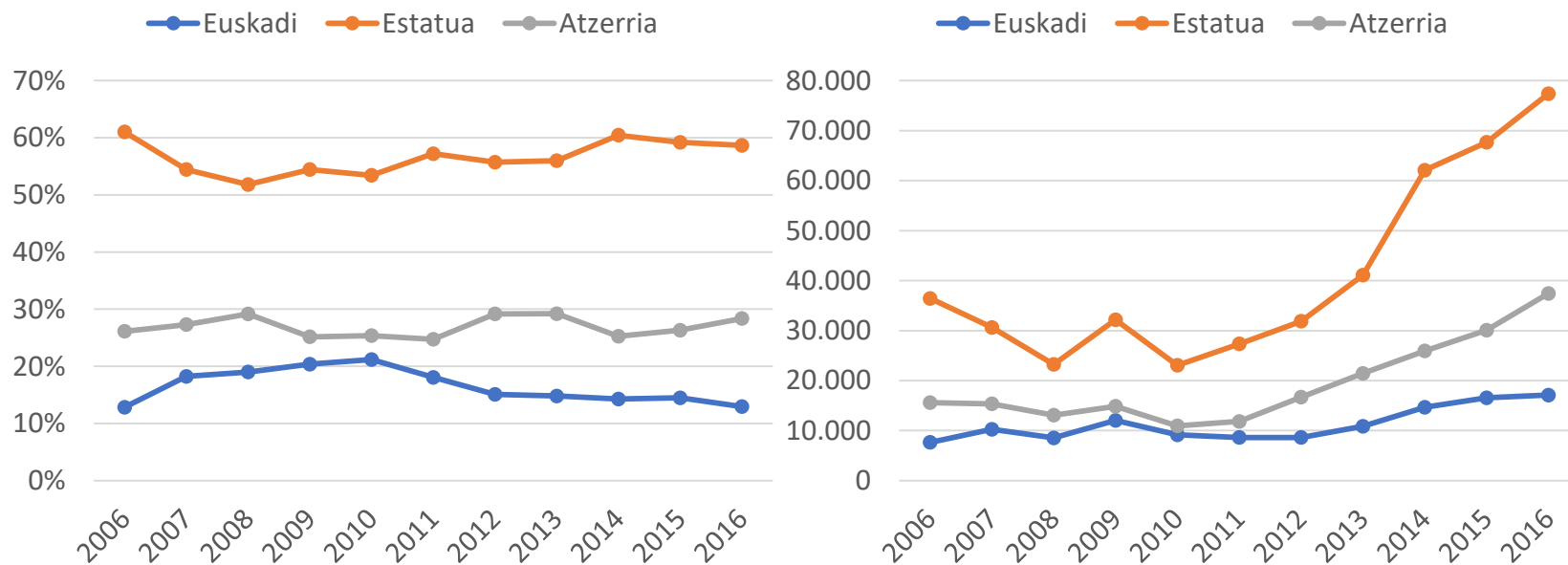


Iturria: Itourbask

Urola Kostako bisitariak orokorrean gorakor joera izan dute 11 urteetan zehar. 2016ko bisitari kopurua 2006koaren bikoitza izatera iritsiz. Beraz, igoera nahiko nabarmena da.

*OHARRA: 2013tik aurrera Getaria gehitzen da datu hauetara eta beraz igoera nabarmenagoa bihurtzen da urte horretatik aurrera udalerrri bat gehiago hartzen delako kontutan.

Bisitariak jatorriaren arabera (2006-2016)

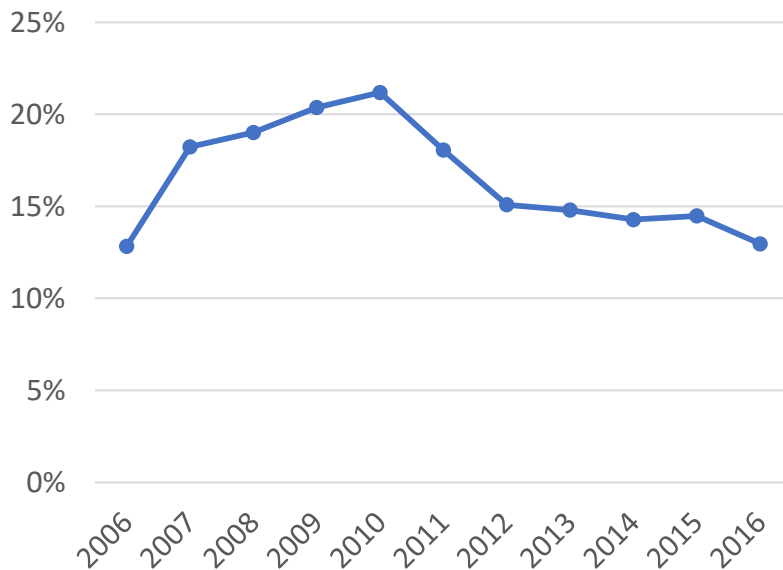


Iturria: Itourbask

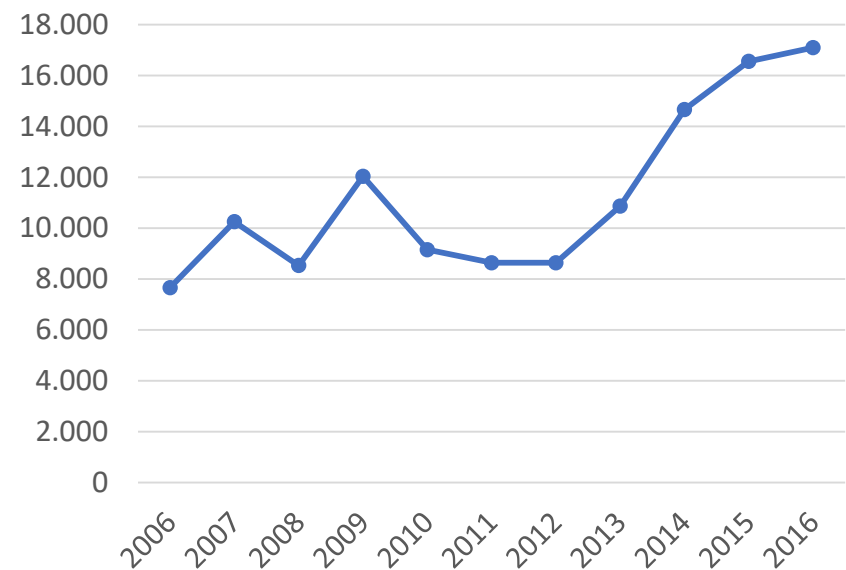
Urola Kostara etortzen direnen artean, Estatutik datozenak dira ugariena, bestetik alde nabarmena izanez. Bestalde, 11 urte hauetan zehar, atzerritarrek Euskadikoak baino gehiago izan dira. Bisitari guztiek gorakor joera azaldu dute; hala ere, hauen makurdura desberdina izan da. Pisu portzentualari dagokionez, ez da aipatzeko aldaketarik nabari.

Euskaditik datozen bisitariak (2006-2016)

Bisitari totalarekiko %



Bisitari kopurua

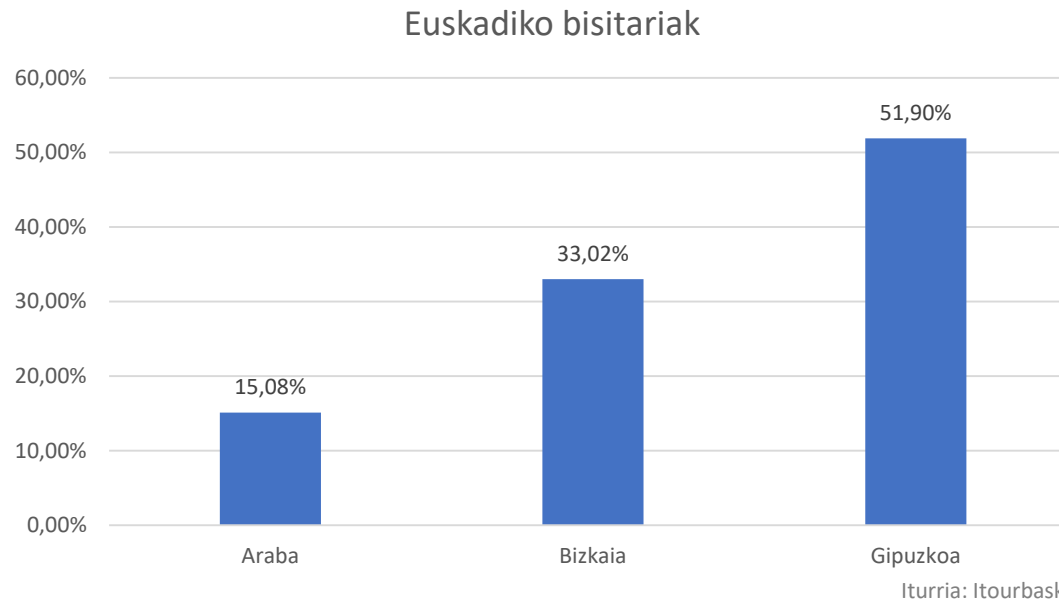


Iturria: Itourbask

Euskaditik datozen turista kopuruak gora egin du 11 urte hauetan, 2016ean 2006ko zifra bikoiztera iritsiz. Antzekotasuna ikus daiteke Euskadiko bisitarien grafikoaren eta aldez aurretik ikusi dugun Urola Kostako bisitari totalen grafikoaren artean.

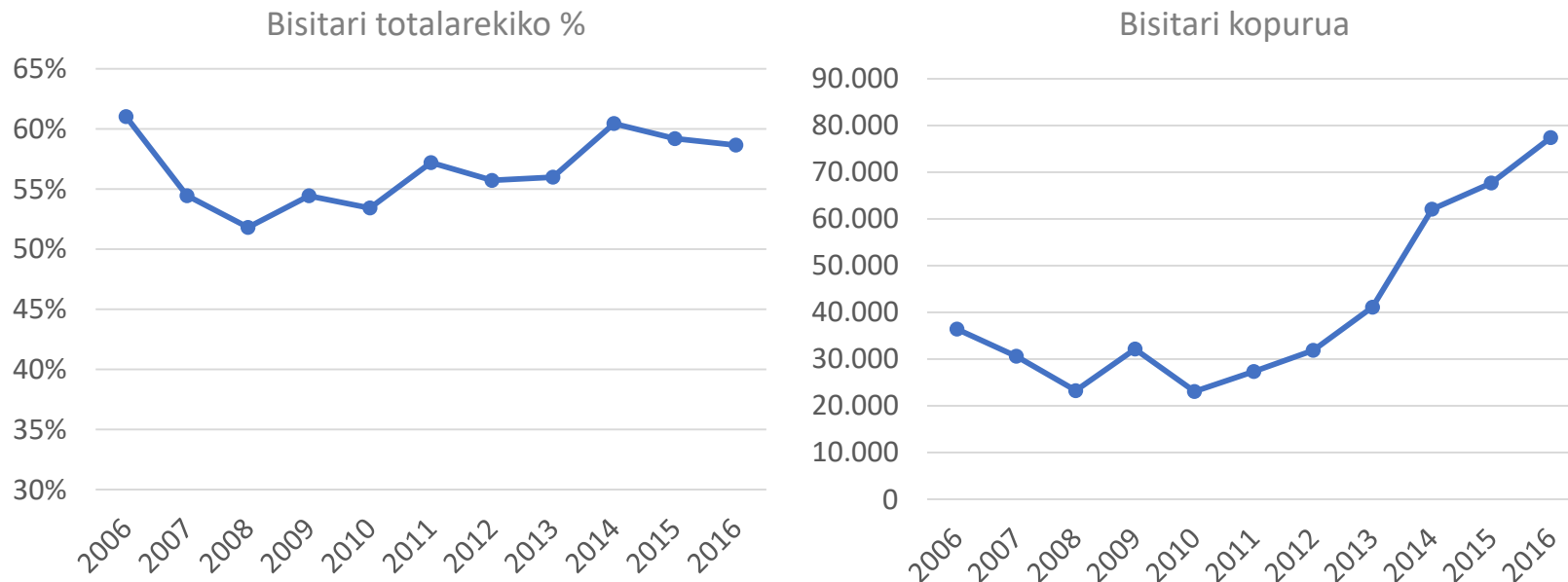
Hala ere, eta ehunekoen grafikoari erreparatuz, pisu portzentualak behera egin duela ikus dezakegu. Hau Estatuko eta Atzerriko bisitarien igoera esanguratsuago bati zor zaio.

Euskaditik datozen bisitariak (2006-2016)



Urola Kostara azken urteotan Euskaditik etortzen direnen artean Gipuzkoa da nagusi, bisitarien erdia baino gehiago hartzen duelarik. Ondoren Bizkaitarrak aurkitzen ditugu, Euskadiko bisitari totalen heren bat hartzen dutelarik. Amaitzeko Arabarrak dira gutxien, %15 eskas batekin.

Estatutik datozen bisitariak (2006-2016)

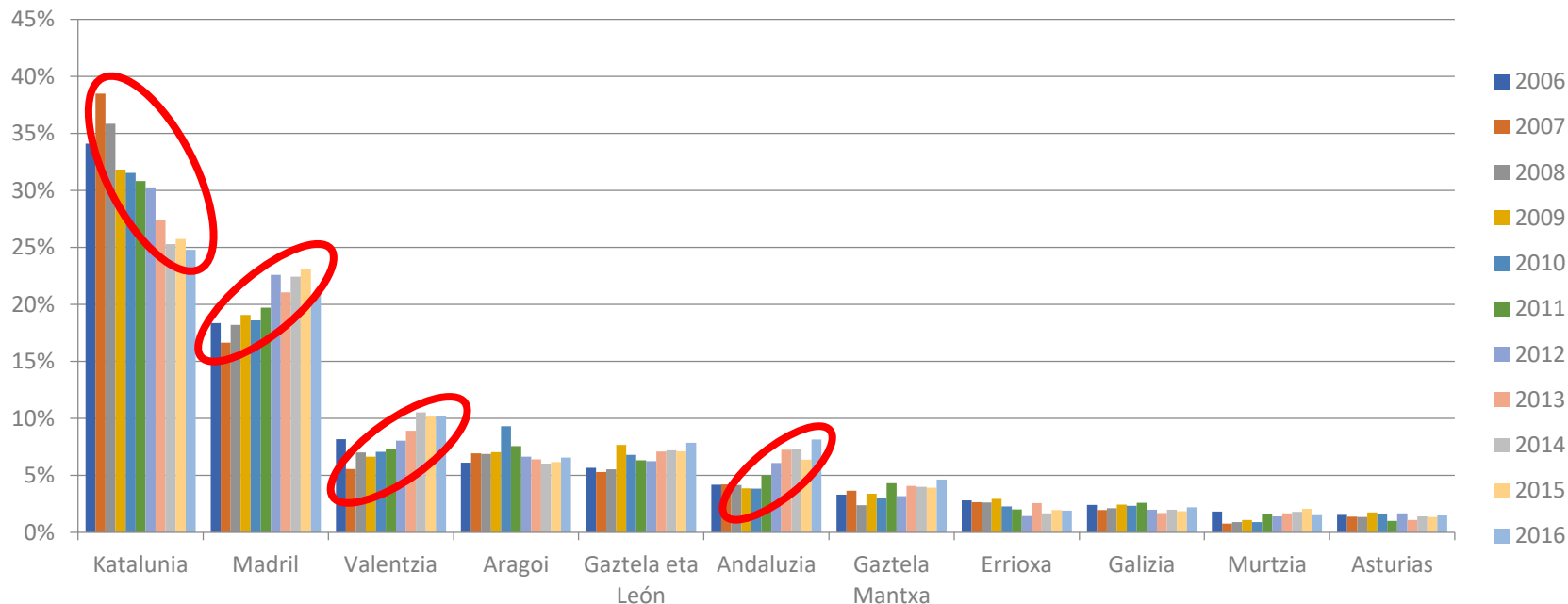


Iturria: Itourbask

Estatuko bisitari kopurua nabarmenki hazi da 11 urte hauetan zehar. Parekotasun asko nabari da Estatuko bisitarien joeraren eta Urola Kostako bisitari totalaren artean. Orokorrean joera gorakorra izan da.

Estatuko bisitariak totalarekiko eduki duten pisuak, ordea, aldaketa gehiago izan ditu Euskadiko eta Atzerriko bisitarien kopuruaren arabera.

Estatuko bisitariekiko autonomia erkidego bakoitzak duen pisua

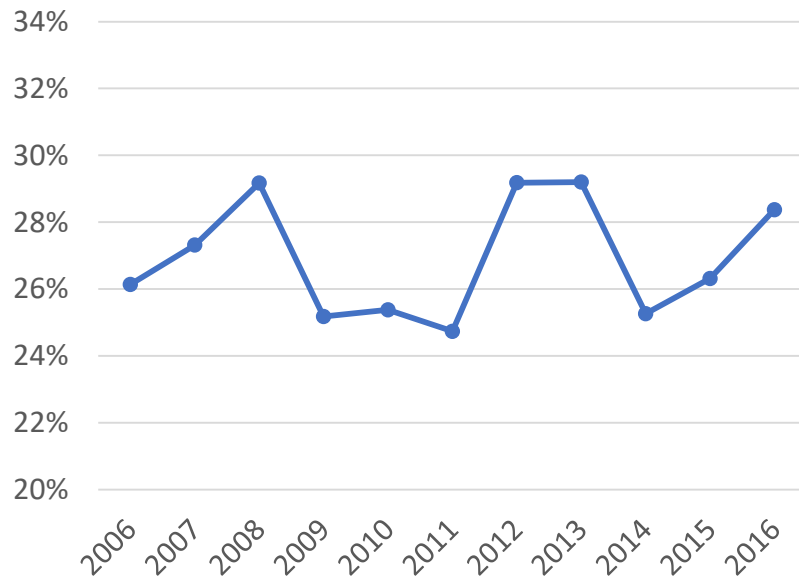


Iturria: Itourbask

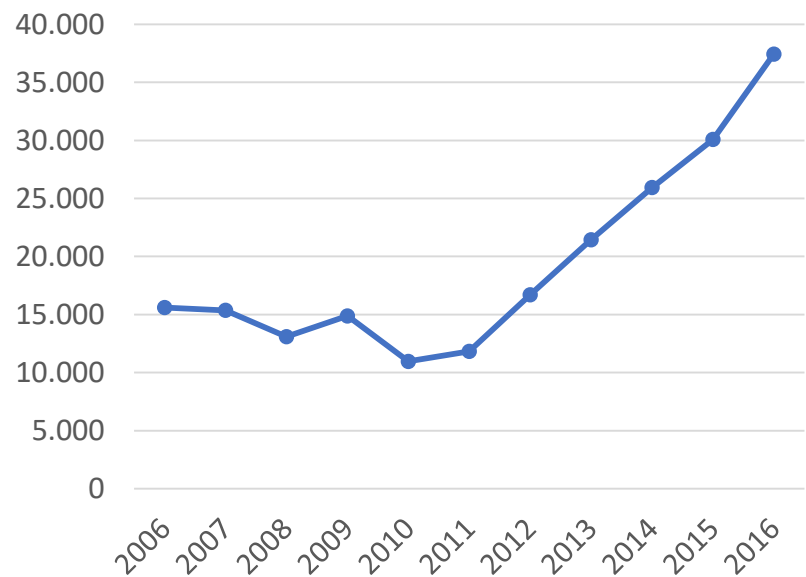
Estatutik datozen bisitarien artean, aipatzekoak dira Katalunia eta Madril, Katalunia nabarmenagoa izanik. Gainera, aipatzekoa da hauen kontrako joera, Kataluniak beherakor joera baitu eta Madrilek gorakorra. Halaber, Valentziak eta Andaluziak ere gorakor joera dute.

Atzerritik datozen bisitariak (2006-2016)

Bisitari totalarekiko %



Bisitari kopurua



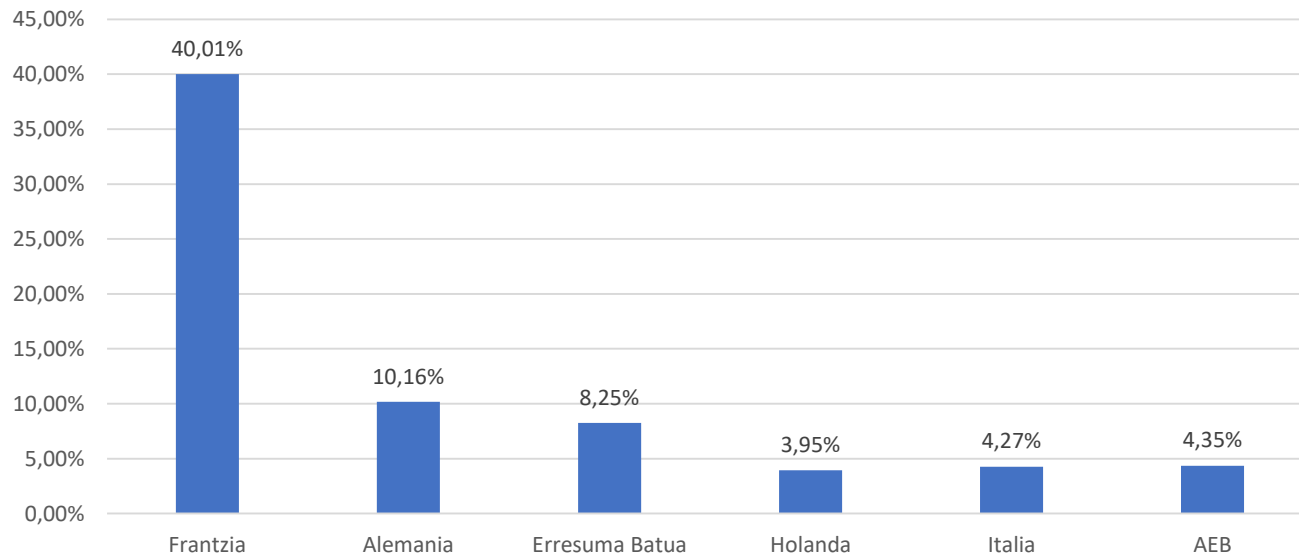
Iturria: Itourbask

Atzerritar kopurua hazi egin da 11 urte hauetan zehar. Datu hauek antzekotasun handia azaltzen dute aldez aurretik azaldu dugun bisitari totalen grafikarekin. Honek ikusarazi egin du atzerritarrek totalarekiko duten garrantzia.

Pisu portzentualari dagokionez, aldaketak dira nabari, baina beti % 25-29 artean ibiltzen da.

Atzerritik datozen bisitariak (2006-2016)

Atzerriko jatorri-herrialde garrantzitsuenak

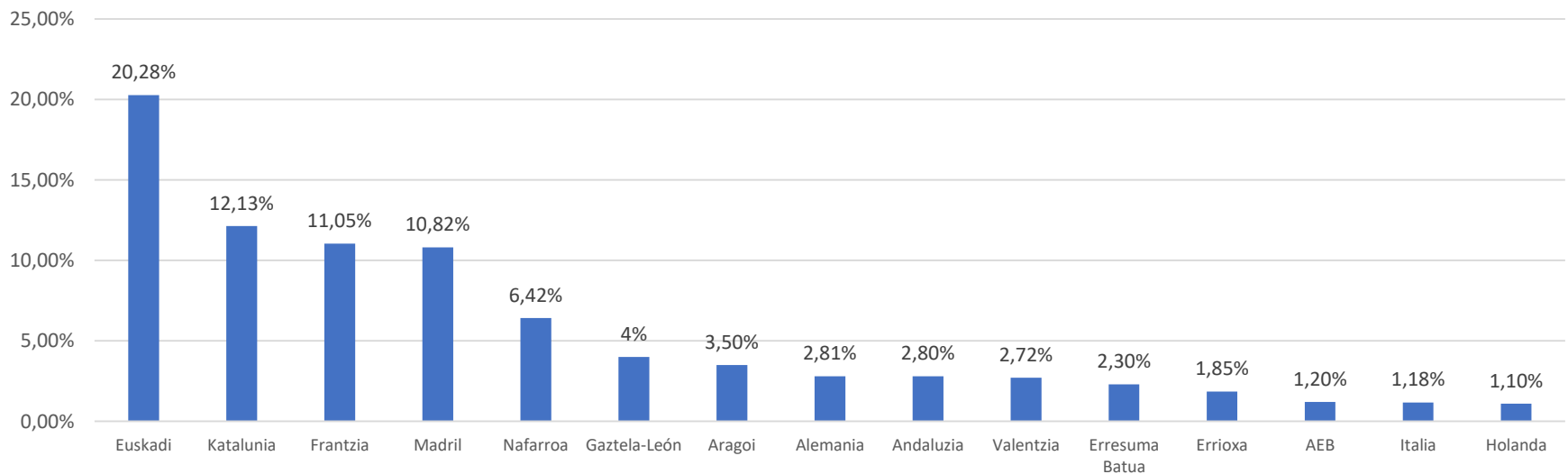


Iturria: Itourbask

Bisitari atzerritarren artean lider argi bat dagoela ikusten dugu: Frantzia hain zuzen ere. Urola Kostara datozen 10 bisitari atzerritarretik 4 Frantsesak dira. Oso datu esanguratsua da hau. Alemaniarrak eta Erresuma Batukoak ere nahiko ugariak dira, ia %20 bien artean. Ondoren Estatu Batuarrak, Italiarrak eta Holandarrak aurkitzen ditugu.

Mundu osoko bisitarien pisua totalarekiko (2006-2016)

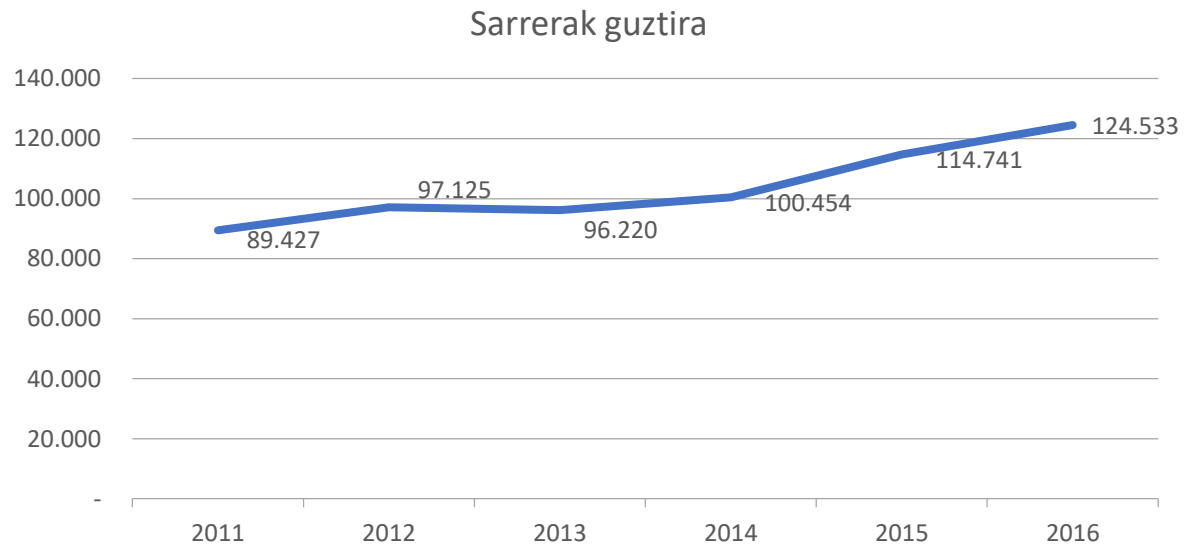
Bisitari ugarienak jatorriaren arabera



Iturria: Itourbask

Orain mundu osoko bisitariak nahastu ditugu haien artean ikusteko zeinek duen pisu gehien. Euskadi nahiko modu nabarmenean gailentzen da: 5 bisitarietatik 1 Euskalduna izan ohi da. Ondoren, Kataluniarrak, Frantziarrak eta Madrildarrak daude, oso kopuru esanguratsuekin. Jarraian Estatuko Autonomia Erkidego gehienak datoz, askoz ere pisu nabariagoa baitute Estatuko bisitarien atzeritarrek baino. Baina tartean Alemania eta Erresuma Batua sartzen dira, nahiz eta herrialde hauetako bisitarien ehunekoa totalarekiko nahiko txikia izan (%3tik beherakoa).

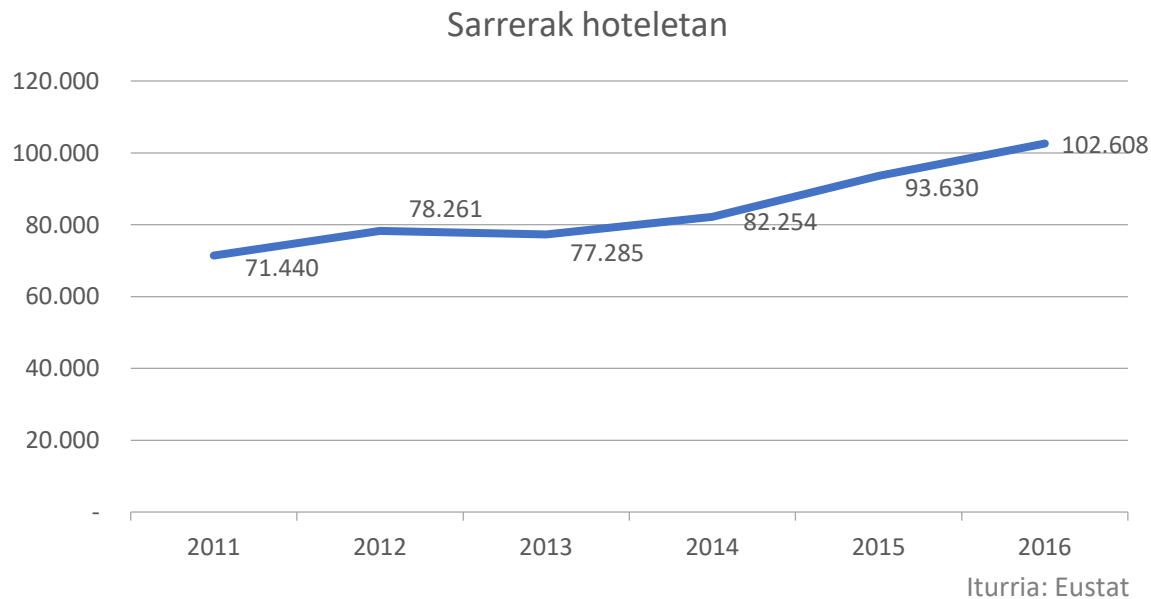
Sarrerak hotel eta nekazaletxeetan



Iturria: Eustat

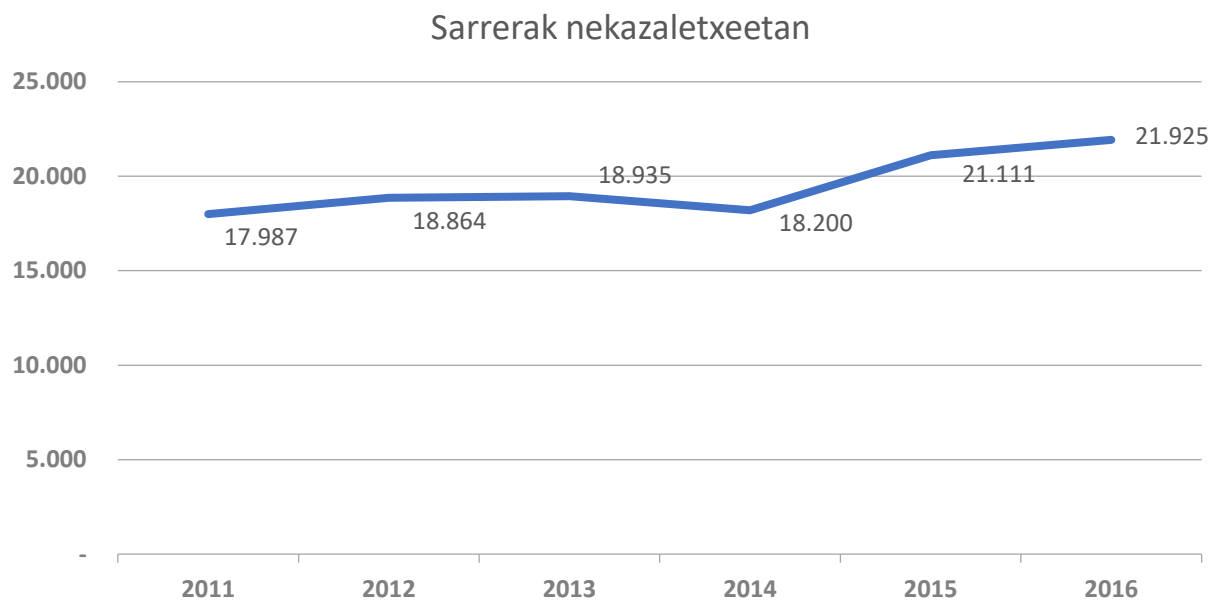
Grafiko honetan argi eta garbi ikusten dugu azken urteotan nola joan diren sarrerak hazten hotel eta nekazaletxeetan. 2016an 2011. urtean baino 3.500 sarrera inguru gehiago erregistratu ziren.

Sarrerak hoteletan



Hotelen sarrerak jasan duten hazkundera oso nabarmena izan da azken urteotan: 2011tik 2016ra 3.000 sarrera inguru gehiago erregistratu dira eta horrek nahiko pisu handia du ehunekotan, 7.000 sarrera ingurutik 10.000 ingurura igaro baigara.

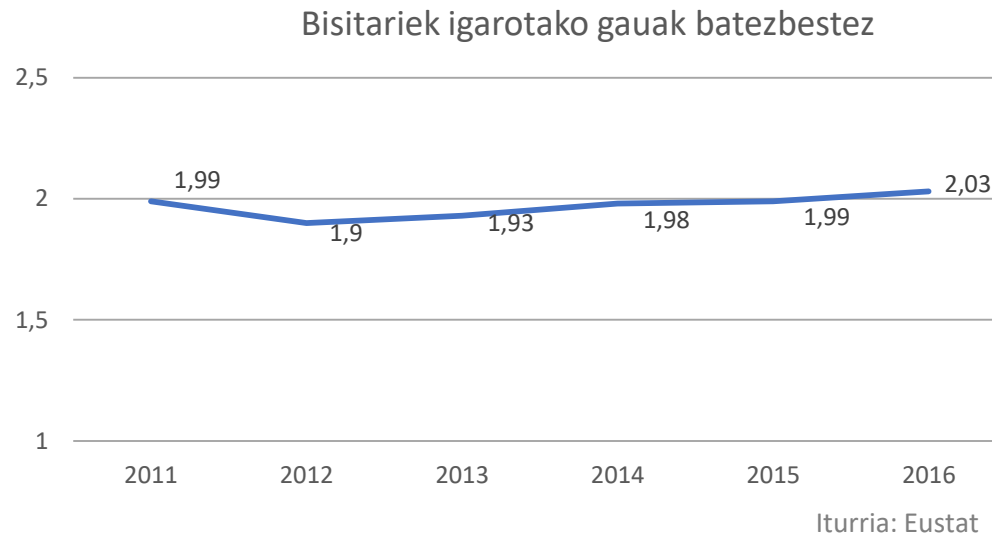
Sarrerak nekazaletxeetan



Iturria: Eustat

Nekazaletxeetan ere hazkundera eman da azken urteotan, eta nahiz eta txikiagoa izan kopuruan (400 bat sarrera gehiago) horren pisua ehunekotan ere nahiko handia da, 2.000 sarrera baino gutxiagoren gainean dela kontutan hartu behar baitugu.

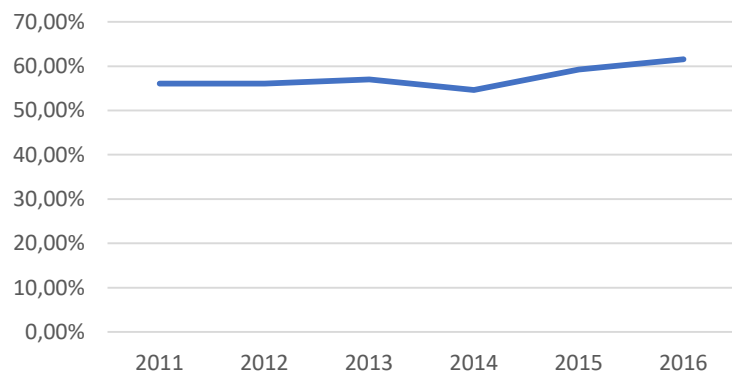
Igarotako gauak



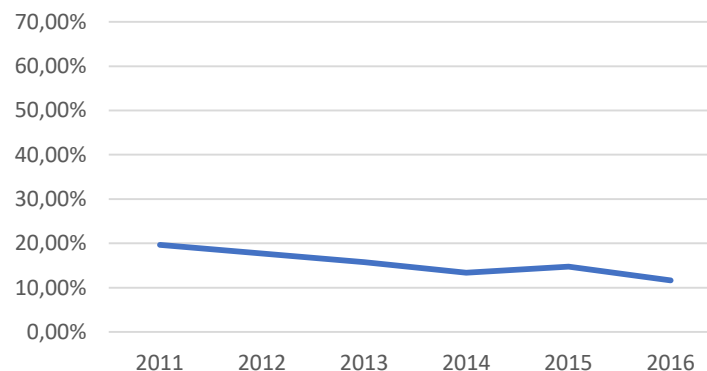
Grafiko honetan argi eta garbi ikusten da igarotako gauen batezbestekoa ez dela gehiegi aldatu azken urteotan, eta Urola Kostara datozen bisitariek 2 gau ematen dituztela batezbestez eskualdean. Badirudi gainera azken urteotan nahiz eta aldaketak oso txikiak izan, joera gorakorra hartzen ari dela kurba.

Igarotako gauak jatorriaren arabera

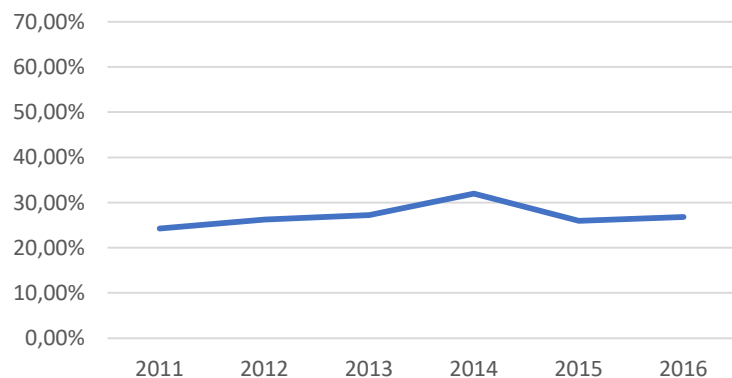
Estatuko bisitarien gauak totalarekiko



Euskaldunen gauak totalarekiko



Atzerritarren gauak totalarekiko



Iturria: Eustat

Grafiko hauetan adierazi nahi duguna zera da: urtean zehar igarotzen diren gauak nongo bisitariak igarotzen dituzten; hau da, jatorriaren arabera urtean zehar igaro diren gauak. Kasu honetan Estatuko bisitarien nagusitasuna begibistakoa da eta hazkunde dinamika batean sartu dela dirudi, oso apala den arren. Igarotako gau guztien artean %60 inguru Estatuko bisitariak igarotzen dituzte. Ondoren atzerritarrek dauzkagu %25-30 inguruan dabilzanak. Hauek ere nahiko konstante mantendu dira. Amaitzeko Euskaldunak aurkitzen dira, seguru aski gertutasunagatik eta garraio erraztasunagatik oso gau gutxi igaro dituztenak (kurba beherakorra da azken urteotan).

Sarrereren eta igarotako gauen laburpena

- Ikusi berri dugun bezala, hotel eta nekazaletxeetako sarrerek dezente egin dute gora azken urteotan. 2011tik 2016raino ia %40ko igoera totala eman da.
- Hoteletako sarrerek jasan dute igoera handiena ehunekotan eta kopuru absolututan: %44 bost urteetan zehar (71.440tik 102.608ra). Nekazaletxeak baita hazi dira, baina hotelen erdia inguru suposatu du igoerak ehunekotan, %22 hain zuzen ere (17.987tik 21.925era).
- Honen harira, argi eta garbi ikusten da hoteletako sarrerek nekazaletxeetakoek baino pisu anitz handiagoa dutela Urola Kostan:

Sarrera totalak	124.533
Hoteletan	% 82,4
Nekazaletxeetan	% 17,6

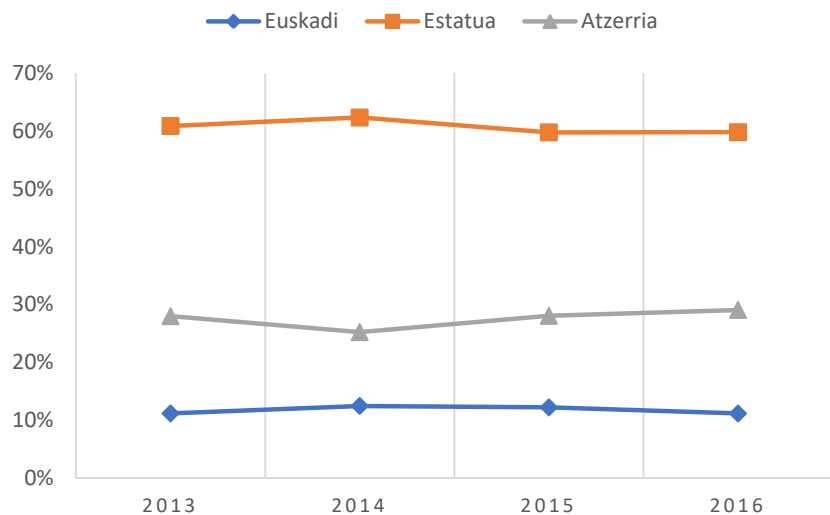
- Igarotako batezbesteko gauen inguruan, aldiz, igoera hau oso urria da, 2 gauko batezbestekoak gorabehera leunak jasan dituelarik azken urteotan, baina hortxe mantendu da.
- Amaitzeko, gauak igarotzen dituzten bisitarien jatorriari buruz zera laburtu dezakegu:
 - Euskaldunek oso pisu txikia dutela, gertutasuna dela
 - Totalaren %60 inguru estatukoak direla.
 - Atzerritarrak %30 dira gauak pasatzen dituztenen artean, gutxi gora behera.

Arestian aipatu bezala, kopuru hauek nahiko konstante mantendu dira.

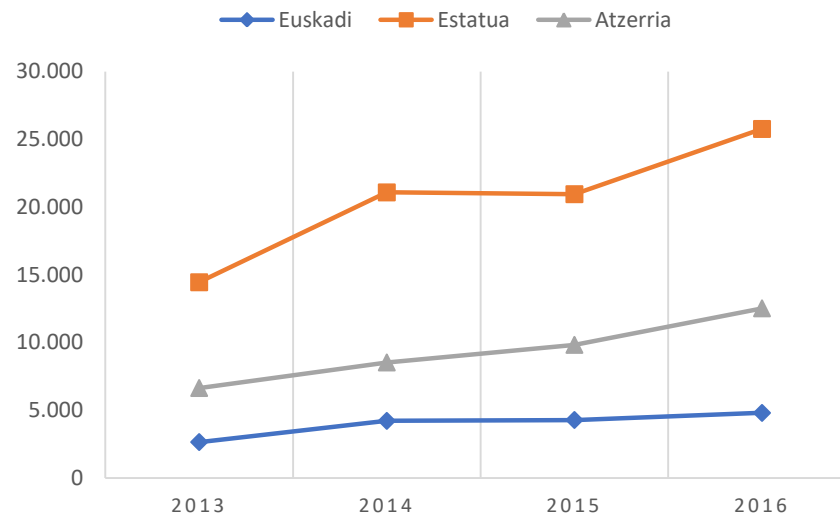
Herriz-herri

Getaria

Bisitari totalarekiko %



Bisitari kopurua



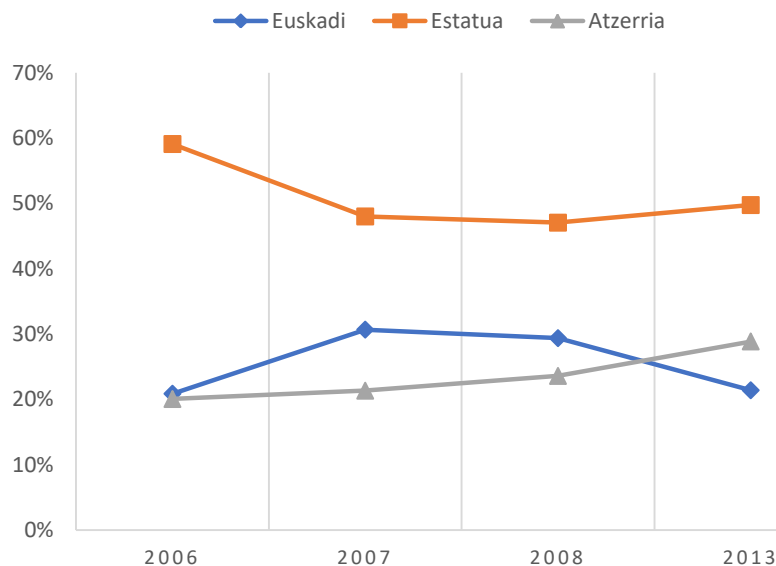
Iturria: Getariako turismo bulegoa

Getarian Estatutik datozen bisitariak dira ugarienak, %60ko pisu portzentuala suposatuz, atzerriko bisitariak %30 inguru dabilta eta Euskadikoak %10 batean.

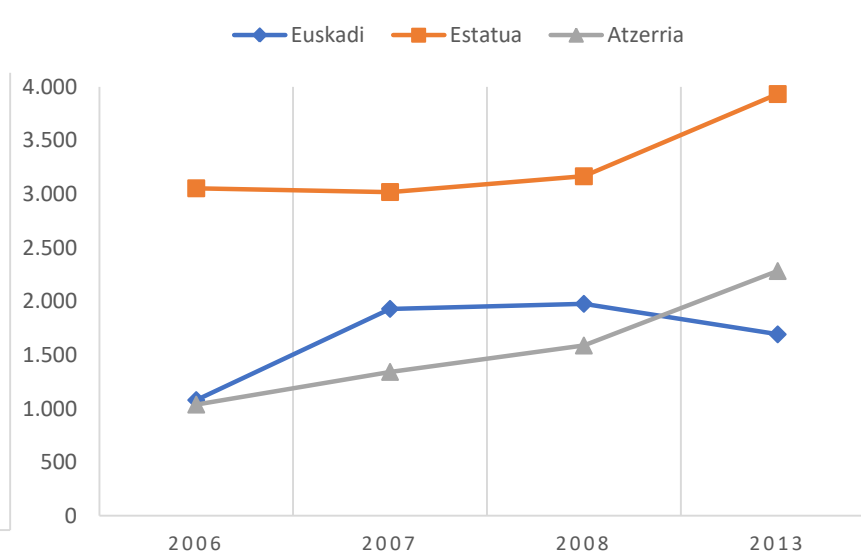
Ikusi daitekeen bezala, bisitari kopurua igo egin da hiru kasuetan eta hori dela eta hauen pisua ez du aldaketa nabarmenik izan.

Orio

Bisitari totalarekiko %



Bisitari kopurua

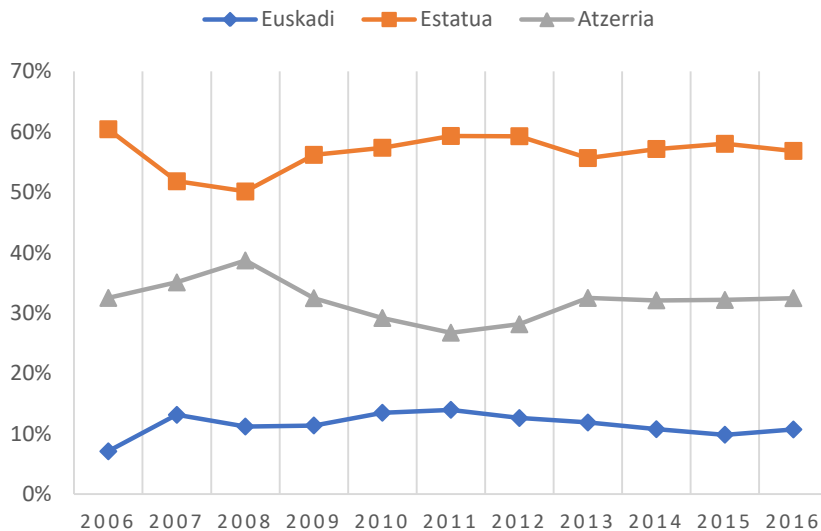


Iturria: Orioko turismo bulegoa

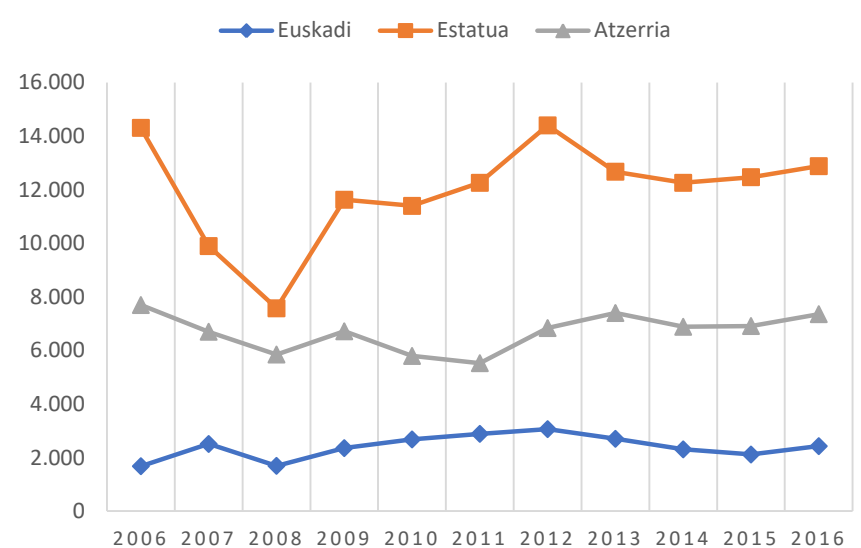
- ✓ Orion ere Estatutik datozen bisitariak dira ugarienak.
- ✓ Estatutik eta atzerritik datozen bisitari kopuruaren joera gorakorra izan da. Euskaditik datozenen zifra ordea, nahiz eta hasieran hazi, 2008tik aurrera beherakor joera izan du.

Zarautz

Bisitari totalarekiko %



Bisitari kopurua

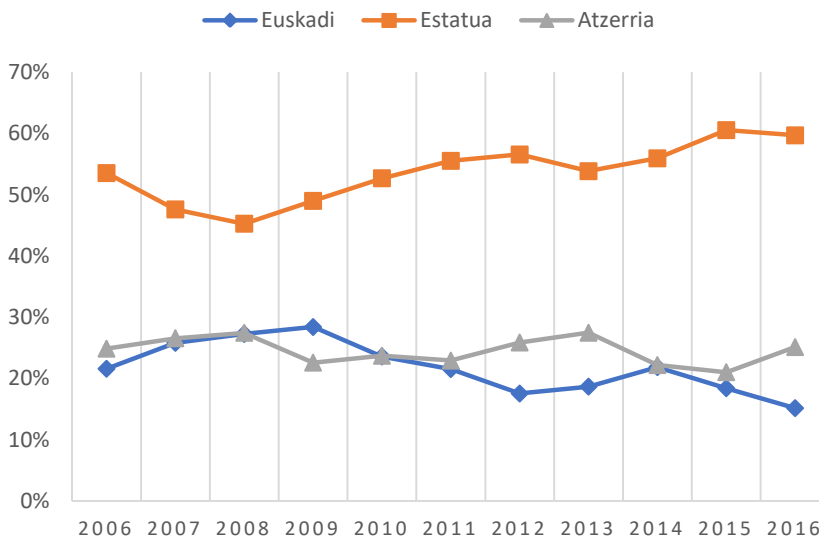


Iturria: Zarautzko turismo bulegoa

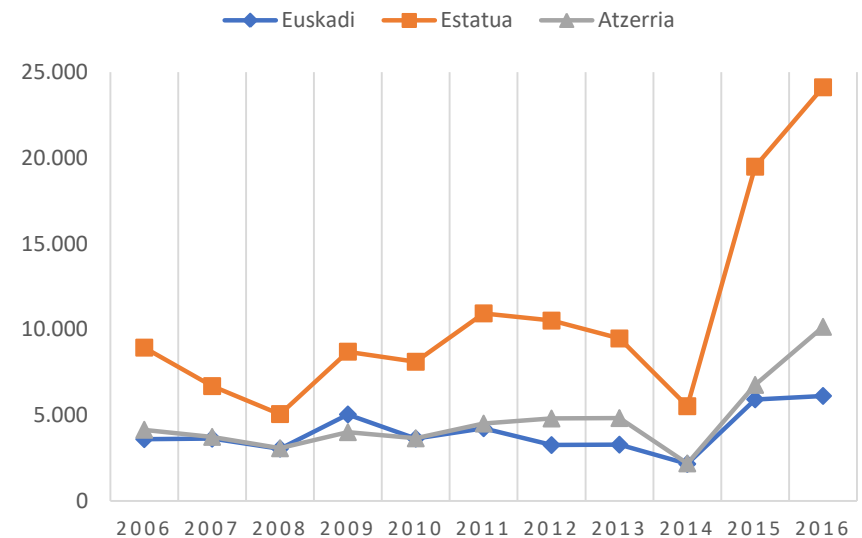
- ✓ Zarautzera datozenen artean, Estatukoak dira ugarienak, totalarekiko %60 bat suposatuz, atzerritarrek %30 bat suposatzen dute eta Euskadikoak %10 bat.
- ✓ Zifrei erreparatuz, ikusi daiteke 2008ra arte Estatuko bisitariak behera egin zutela, urte hartatik aurrera errekuperatzen joan ziren, ala ere beti izan dira ugarienak.

Zumaia

Bisitari totalarekiko %



Bisitari kopurua



Iturria: Zumaiaiko turismo bulegoa

- ✓ Zumaian bisitari gehienak Estatutik datoz %50a baino gehiago izanik, gainera 2014 etik aurrera Estatuko bisitari kopurua asko hazi da.
- ✓ Atzerriko eta Euskadiko bisitarien pisua antzekoa da, bai eta hauen bisitari kopurua, nahiz eta 2016ean atzerrikoak pixka bat gailendu.

Informazio kualitatiboa



Haga clic para modificar el estilo de título del patrón

Elkarrizketen eta galdetegiaren ondorioak

- Presentzialak
- Online



Sarrera

- Urola Kostako turismoaren arloan sakontzeko eskualdeko profesionalen eta agente ezberdinen iritzia jaso ditugu. Horretarako bi bide ezberdin erabili ditugu:
 1. Elkarrizketa presentzialak.
- Eskualdean garrantzitsuak diren hainbat agente identifikatu ditugu: Basquetour, Foru Aldundia, ...
 2. Online Galdetegiak.
- Udan Survey Monkey plataforman galdetegi bat zintzilikatu genuen Urola Kostako enpresen iritzia ezagutzeko. Azkenean haiek dira egunero turismo arloan lan egiten dutenak eta haiek inork baino hobeto dakite gaur egungo egoera eta errealitatea.
- Jaso ditugun erantzunak edo komentarioak arlo ezberdinetan sailkatu dira:
 - **Urola Kostaren bilakaera eremu turistiko bezala**
 - **Garapen turistiko egokiena**
 - **Zergatik datoz bisitariak gure eskualdera?**
 - **Indartu beharko diren eremu edo errekurtsoak**
 - **Eskualdeko turismoan hobetzeko proposamenak**

Egindako galdetegien erantzunak

**Urola Kostaren
bilakaera eremu
turistiko bezala**

- ✓ Asko hazi da.
- ✓ Zumaiaren arrakasta nabaria da.
- ✓ Zarautz eta Getaria klasikoak dira.
- ✓ Orio eta Aia osagarriak dira.
- ✓ Urtero hobekuntza nabaritzen da.
- ✓ Zarautz, lehen, potentzia handiko puntu estrategikoa zen, eta orain Zumaia bilakatzen ari da.
- ✓ Beste inguruko herrien potentziala bilatu beharko litzateke....



Egindako galdetegien erantzunak

Garapen
turistiko
egokiena

- ✓ Zarautzekoarekin lerrokatuta dagoela.
- ✓ “Desfas camp” ez dagoenez turismo osasungarriagoa dutela.
- ✓ Jasangarria ingurumen eta kulturarekin.
- ✓ Desestacionalizazioa landu: urtean zehar bisitariak eskualde osoan zehar.
- ✓ Kalitatezko turismoa bultzatzeko hainbat politika ezarri.
- ✓ Ez dakite.



Getariako Txakolina



DENOMINACION DE ORIGEN

Egindako galdetegien erantzunak

Zergatik datoz
bisitariak gure
eskualdera?



- ✓ Hondartza.
- ✓ Bizitza kalitatea.
- ✓ Paisaia berdea.
- ✓ Eskualdeko bizimodua.
- ✓ Berezko kultura daukagu.
- ✓ Eskualdea ez da oso zabala: dena gertu dago.
- ✓ Gastronomia.
- ✓ Gaur egungo pelikulengatik.

Egindako galdetegien erantzunak

Indartu beharko diren eremu edo errekurtsioak

- ✓ Eskaintza orekatua eta koherentea, eskualde bezala sortu.
- ✓ Donejakue bidearen ostatuak sustatu.
- ✓ Zarautzen, Zumaian eta Getarian zentratzen dena zabaltzeko beharko litzateke...



Eskualdeko turismoan hobetzeko proposamenak

- ✓ Politika amankomun bat.
- ✓ Estrategia turistiko komun bat bultzatzea.
- ✓ Aparkalekuak.
- ✓ Garraio publikoa bultzatu.
- ✓ Dibertsifikazioa.



Egindako galdetegien laburpena

- Ez da osotasun bat bezala ikusten, eta herriak banaka eta bereizita aipatzen dira.
- Zumaiaren arrakasta nabaria da eta turismo arloan asko hazi da.
- Orio eta Aia haien artean osagarriak diren herriak bezala aipatzen dira.
- Badirudi etortzearen arrazoi nabarietako bat natura dela (hondartzak, paisaia berdea...) eta baliabide guztien gertutasuna.
- Garrantzi handia ematen zaio eskualdeko bizimoduari. Jendea bititza kalitateagatik, bizimodu motagatik eta berezko kultura aberatsagatik etortzen da baita ere. Horrez gain, badirudi bisitariek baloratzen duten beste zerbait gastronomia dela.
- Aipatzekoa da gaur egungo pelikulek eragin duten zirrara eta inpaktua eskualdearen inguruan.
- Amaitzeko, eskaintza eskualde bezala sortzea aipatzen da, proiektu turistiko komun bat hain zuzen ere. Proiektu honek eremu dibertsifikatu batera jo nahi du.

Haga clic para modificar el estilo de título del patrón

Benchmarkin-ak
-Turismo Familiarra
- Sare Sozialak

Turismo Familiarraren benchmarkin-a



Zer da turismo familiarra?

Zer da turismo familiarra?

- Turismo familiarreko oporretako motibazio nagusia familiarekin bidaiatzea da eta horren ondorioz, umeentzako egokituta dauden zerbitzuak dituzten helmugak bilatzen dituzte.

Orokorrean zer eskaintzen du turismo familiarrak?

- Familientzako **zerbitzu espezializatuak**.
- **Segurtasun araei** atentzio berezia, bai espazio publikoetan bai marka horrekin ziurtatuta dauden beste establezimenduetan.
- **Animazio egitarau** zabala, umeentzako zerbitzu eta jarduerak.
- Txikientzako **instalazio egokiak** toki publikoetan, ostatuan eta eskaintza osagarrietan.
- Eguneroko jarduera egitarauari buruzko **informazioaren** atzipen erraza, egonaldia hobeto planifikatzeko.
- **Zer da familia bat ikuspuntu turistikotik?**
- Familia taldea senar-emazte bat 18 urte baina gutxiago dituzten seme-alabekin definitu daiteke, aisialdirako eskaintza ugari eta txikienen beharrak (umeentzako menuak, jokuak etab.) betetzera egokitua dagoen helmugak bilatzen dituen. Orokorrean eta berez, familia umeak daudenean hartzen da, senar-emazte kontzeptuak hainbesteko garrantzirik eduki gabe.

Zer eskatzen du turismo familiarrak

¿Zer bermatzen du helmuga edo establezimendu bat turismo familiarrean espezializatzeak?

Helmuga bat turismo familiarrean espezializatzeko bere ostatu, sukaldaritza eta aisiaren **eskaintza** txikienei bideratuta egon behar da. Jarraian, horietako helmuga espezializatu batzuek dituzten eskaintza eta abantaila batzuk zerrendatzen dira:

- ✓ Eskumuturreko identifikagarriak
- ✓ Logela familiarrak edo zuzenean komunikatuak.
- ✓ Haurrentzako igerilekuak segurtasunarekin.
- ✓ Sehasken erabilgarritasuna.
- ✓ Haurrentzako klubak hondartzetan.
- ✓ Egokitutako sukaldaritza eskaintza.
- ✓ Aisialdirako eta jolaserako gune publikoak.
- ✓ Umeentzako animazio zerbitzu eta jarduera egitarau zabala.
- ✓ Umeentzako animazioa eta ikuskizunak kalean.
- ✓ Parke tematikoak eta ur-parkeak.
- ✓ Txirrinduan ibilbideak egiteko aukera

Sarrera

- Eusko Jaurlaritzak turismo familiarrean apustu egiten du, bisitariari Euskadi familian ezagutzera gonbidatzen du, segmentu horri zuzendutako foileto bat argitaratzen.
- Foileto horretan, informazioa hiru hiriburuetan bereizita azaltzen da: Donostia-San Sebastián, Bilbao-Bilbo eta Vitoria Gasteiz, eta Rioja Alavesa, Euskal Kosta eta Mendiak eta Euskal Bailarak.
- Aurreko puntuan aipatutako toki bakoitza atal desberdinetan banatuta azaltzen da, esaterako:
 - **Ba al zenekien?:** Kontaketa bateko era erabiliz leku bakoitzeko kultura kontatzen du, tonu eta hizkuntza erabiliz txikientzat interesgarria eta ulergarria izateko helburuarekin.
 - **...eta euria egin ezkeror?:** Ideiak proposatzen ditu euria egiten duen egunetan txikienekin egin daitezkeen planen inguruan.
 - **Ez zaitez joan ... gabe:** atal honetan azaltzen ditu leku bakoitzeko “ezinbestekoak”, bisitariak galdu ezin dutena.
- Liburuxka hau aztertu ondoren, ondoriozta daiteke baliabideak, zerbitzuak... egokitu egin direla; hau da, Euskadiko eskaintza turistikoa turismo honen beharrei egokitu behar dela.
- Jarraian, liburuxkan azaltzen den informazioari buruzko azterketa labur bat egingo da, baita eskaintza turismo familiarrean nola moztarrotu denen inguruan.

Aztertu diren helmugak

Euskadi



EUSKAL KOSTALDEA

EUSKAL MENDIAK ETA ARANAK

Besteak



CARTAGENA
CIUDAD DE TESOROS
Concejalía de Turismo



Sarrera

- Espainiako Familia Ugarien elkartearen lan lerro bat Turismo Familiarra da eta horregatik, turismo familiarrarentzat marka bat sortu zen. Turismo mota honetan espezializatuak dauden helmugak eta establezimenduak sustatzen eta bereizten dira.
- Marka honen babesean dauden helmugen eskaintza hurbiletik aztertu dugu, turismo honen beharrak, bereiztasunak, ideiak, sustapena eta abar ezagutzeko.



- Bestalde, Basquetourrek turismo familiarrari buruz argiratutako foiletoa kontuan hartu dugu, Euskadiko eskaintza eta gure eskualdeari buruz dagoen informazioa ezagutzeko eta batzeko.
- Dokumentu honetan, turismo familiarraren inguruan aztertu dugun eskaintza eta ideiak atal ezberdinetan landuko dira:
 - Ekintzak./Esperientziak
 - Gastronomía.
 - Ekitaldiak.
 - Natura (hondartza, mendiak eta parke naturalak)
 - Kultura (Monumentu historikoak, museoak, ondare kulturalak).
- Bukatzerakoan benchmarkinaren ondorio nagusiak aipatuko ditugu.

Ekintzak

- Ekintza mota ezberdinak daude: antolatuak edo zure kabuz egitekoak. Atal honetan, batez ere, aurrez aurre antolatuak daudenak aipatuko ditugu. Zure kabuz egiteko ekintzak natura arloan ematen dira batez ere.
- Hainbat hirietan (Zarautzen, Toledon eta Alcossebren) txikientzat **ginkanak eta altxorraren bilaketak** eskaintzen dituzte. Horrela hiriaren istorioa eta baliabideak zabaltzen dituzte modu dibertigarri batean.
- Arabako Errioxan eta Alcossebren herrietan zehar **bisita teatralizatuak** egiten dituzte. Arabako Errioxan, upategietan, bisita mota hauek gero eta gehiago ematen dira: pertsonaiek alaiak dira eta bisitaren giroak komedia estiloa izaten du. Umeentzat ideia ona izan daiteke, haien partehartzea sustatzen ahalegintzen direlako eta gurasoei bisita beste era batean egiteko aukera ematen die.
- Bai Basquetourreko liburuxkan eta beste eremu turistikoan web orrialdetan umeekin **autobus edo itsasontzi turistikoetan igotzea** ekintza berezi bezala aipatzen da. Garraioei izen bitxiak jartzen dizkiete erakargarriak izateko, adibidez “Gasteiztxo” edo “Racimo tren” (mahats moduko tren).
- Gipuzkoako sagardotegi batzuetan umeentzako **sagardoaren prozesua** nola den zabaltzeko tailerrak eskaintzen dituzte. Ildo berean, baserriak haien atea irekitzen dituzte, tradizioa eta haien produktuak sustatzeko; adibidez Lastourren (Deban), txikiek artzainen bizimodua, zereginak eta abar bizi eta ezagutu ditzakete.
- **Abenturazko parkeak** oso deigarriak dira turismo mota honetan. Aztertutako helmuga gehienek garrantzi asko ematen diote bere sustapenari. Parke hauek natura, kirola, tailerra eta beste hainbat ekintza jartzen dituzte bisitarien eskura.

Ekintzak

- **Funikularrak** (Igeldokoa, Artxandakoa,...) asko agertzen dira turismo familiarreko helmugetan edo proposatutako planetan.
- Bilbo hiriak umekin Bilboko **jostailu dendak** bisitatzea proposatzen du. Eguraldi txarrarekin aukera bat izan daiteke.



Gastronomia

- Basquetourren liburuxkan Euskadiko gastronomia aipatzen da. Eskualdean, hiri bakoitzean gastronomiak bere atal propioa du. Horrela, bisitariak leku bakoitzean zer produktu gastronomiko ezagutu eta dastatu behar dituzten jakin dezakete. Umeei zuzenduta janariari buruzko istorioak eta ezaugarriak aurki ditzakegu.
- Gastronomia arloan eskaintzen diren ekintzak hauek dira:
 - **Upategi bat bisitatzea** (Arabako Errioxan, Gipuzkoan eta Bizkaian): *Batzuk umeentzako bisitak edo ekintza bereziak eskaintzen dituzte. Uztaberri garaian familientzat hainbat ekintza daude: denon artean mahatsak biltzea, mahats zapalketa, mosto dastaketak,...
 - **Sagardotegi bat bisitatzea** (Gipuzkoan): *Batzuk umeentzako bisita edo ekintza bereziak eskaintzen dituzte.
 - **Baserri bat bisitatzea** eta bertan ekoizten diren produktuak lantzea edo ezagutzea.
 - **Idiazabal Museoko** protagonista arratoi txiki bat da eta bertan gazta dastaketak eskaintzen dira. Gainera, bisita norberaren kabuz edo gida batekin egiteko aukera dago.
 - Gorbeian **ogia egiteko tailerrak** antolatzen dituzte.
 - Getarian eta Bermeon hainbat enpresek **kontserbak egiteko bisita** bereziak eskaintzen dituzte. Adibidez: Maisor (Getaria) enpresak antxo tailerrak eta dastaketak antolatzen ditu.



Gastronomia

- Mungiako (Bizkaia) **eziaren museoan** eta Aiako Pagoetako Parkean (Gipuzkoa) hainbat motatako bisitak eta dastaketak egiten dira.
- Donostian Michelin **Gidako 16 izar** daudela aipatzen da. Jatetxe hauek turismo familiarrari zuzenduta dauden ala ez zalantzan jartzen dugu.
- **Merkatuak eta ekitaldi gastronomikoak** oso erabakigarriak dira turismo familiarrarentzat. Ekitaldien atalean gehiago azalduko da.



Ekitaldiak

- Turismo arloan, orokorren, ekitaldiak oso erakargarriak eta garrantzitsuak dira, bai honen garapenerako baita sustapenerako ere.
- Aztertu diren helmugak familiei zuzendutako ekitaldiak antolatzen dituzte. Horretaz gain, publiko orokor bati zuzenduta daudenak, **umeentzako eta familientzako txokoak**, tailerrak, eta beste hainbat jarduera ere edukitzea gerta daiteke.
- Familientzako zuzenduta antolatzen diren ekitaldi interesgarrienak: Titirimundi (Segovia), Jornadas Templarias eta Barbakus-ko zirko festibala (Alcossebre), Nazioarteko magia festibala “Magialdia” eta Nazioarteko Jokoen Festibala (Gasteiz).
- Beste publiko bati zuzenduta dauden ekitaldiak baina **familiak parte hartzeko zerbait berezia antolatzea** kontutan hartzen dutenak: Nazioarteko Jazz festibalak (Donostian) haurrentzako programazio berezi bat dauka, “Txikijazz”, eta musika hamabostaldian txikientzat jardunaldi berezi bat antolatzen da.
- Hainbat **antzerkitan**, adibidez Gasteizko Antzerki Nagusiak igandero **familientzako programazio berezi** bat eskaintzen du eta Arriaga Antzokiak (Bilbo) **opera familia** artean antolatzen du.
- **Azokak** turismoaren parte garrantzitsu bat dira, hainbat bisitari mugitzen baitituzte: azokek gehienetan **haurrentzako txokoak dituzte**, tailerrekin, jokoekin, eta abar.



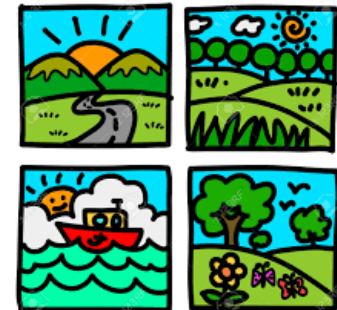
Kultura

- Kulturaren arloan familientzat aurkitu dugun eskaintza, **euriarekin egiteko planak** dira batez ere. Basquetourrek familientzat espresuki egindako liburuxketan atal berezi bat dago, non **euriarekin zer ikusi edo zer egin** azaltzen den. Bertan, Euskadiko **museoak, interpretazio zentroak, izotz pistak eta akuarioak** bisitatzea proposatzen da. Museo gehienetan haurrentzako tailerrak eta bisita gidatuak eskaintzen dira.
- Hota eskualdean (Huesca), familientzat oso aproposa den programazio kultural interesgarria eta era askotakoa eskaintzen da: **12 bisita eta esperientzia proposatzen dira familian egiteko**, bere historia eta tradizioa ezagutzeko.
- Atal honetan, **gatzeluak** eta haien **lorategiak** ere aipatzen dira, hurrek bertan jolas dezaten.
- Toledon “Rutas de Don Quijote” sustatzen dute eta Gasteizen **Katedrala ikusteko familientzat** bisita gidatu berezi bat eskaintzen da.
- Burdinbidearen Euskal Museoa aukera interesgarri bat bezala aurkezten da, museoa ikusi eta gero **tren “zahar” batean buelta bat ematea** ere posible da.



Natura

- Naturaren arloa da **familiantzako eskaintza handiena** duena. Hainbat aukera eta plan proposatzen dira helmuga guztietan, batzuk antolatutakoak eta beste batzuk norberak bere kabuz egitekoak. Naturan hainbat aukera dauzkagu. Gakoa, ondo komunikatzean dago, eremu batean dauden ondareak balioan jarri behar direlako.
- **Parke Naturalak:** Ibilbideak, tailerrak, aisialdirako guneak, zaldiz eta bizikletaz ibiltzeko aukera... Aztertu ditugun helmuga guztietan, ondare natural hauek aipatzen dituzte familia artean gozatzeko.
- **Hiriko/Herriko parkeak:** Errekurtso hauek hiri eta herri guztietan dauzkagu eta ez ditugu behar bezala sustatzen. benchmarkin-a egin ondoren, turismo familiarra ondo salduta egonez gero, duen garrantzi handia ohartu gara. Parkeetan adierazitako instalazioak eta planak: ahateei janaria eman, aisialdirako guneak, saskibaloiko eta futboleko zelaiak, patinak, bizikletak eta monopatinak erabiltzeko guneak, jogginga, skate parkeak, eskalatzemurrak, kiroldegiak, kulunkak, piknik egiteko guneak,...
- **Hondartzak:** Bisitarientzat, hondartzen sailkapen bat egitea komenigarria da: lasaitasuna, olatuen tamaina eta hondartzak eskaintzen dituen zerbitzuekin besteak beste. Sailkapena egiterakoan azpimarratzeko arloak ondorengoak dira: aisialdiko guneak, jolas guneak, kulunkak, txirristak eta tranpolinak, zein aktibitate praktikatu daitezkeen (surfa, windsurfa, surfboardinga, boleibola,...), tabernak, jatetxeak,...



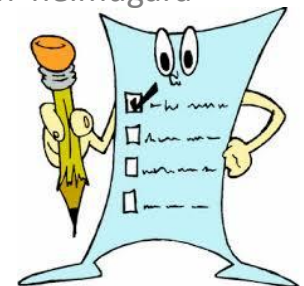
Natura

- **Urtegiak:** Beste errekurtsio naturaletan aipatutako zerbitzuak eta instalazioak adierazten dira egindako benchmarkin-ean.
- Beste instalazio eta errekurtsio erakargarriak: golf zelaiak, parke **zoologikoak**, **ur-parkea**, **errekak**, ...
- Liburuxkan Ekainberri **kobazuloak** aipatzen dira, non familiarekin tailerrak eta bisitak egiteko aukera dagoen.
- **Arditurriko meategiak** (Aiako Pagoeta Parke Naturala) hainbat aukerarekin agertzen dira.
- **Norberaren kabuz eta familiarekin** egiteko hegazi ikustea sustatzen da. Adibide on bat Laguardian aurkitzen dugu, non **Biotopo** babestuan ibilbide batean zehar hainbat begiratoki dauden **hegaziak begizatze**ko.



Ondorioak

- Turismo familiarrari zuzenduta dauden ekintzak aztertu ditugun liburuxketan, eta helmugari edo ondare turistikoari buruzko ipuinak, kontakizunak, elezaharrak,... erabiltzen dira. Garrantzitsua da gurasoei erraztea zer kontu dieziaketen haien hurrei helmugetan. Bestalde, liburuxkak kolorez eta panpinez beteta daude erakargarriak izan daitezten.
- Liburuxka batzuetan jokoak agertzen dira: koloreztatzeko, letra zopak, lotzeko jokoak, 7 akatsak aurkitzekoak eta abar, betiere helmugarekin zerikusia dutenak hain zuzen.
- Funtsezkoa da arrazoiketa familian etortzen diren bisitariari egokitzea.
- Orokorrean, euria egiten duenean, museoak, interpretazio zentroak, akuarioak eta izotzeko pistak nabarmentzen dira. Horretarako, leku hauek turismo familiarrari zuzendutako eskaintza bat edukitzea garrantzitsua da. benchmarkin-a egin eta gero, kultura arloan aukera gutxiago daudela aipa dezakegu.
- Ostalaritza oso garrantzitsua da turismoaren arloan; horregatik, turismo familiarraren marka barruan dauden jatetxeek eta hotelek hainbat baldintza bete behar dituzte; adibidez: jatetxeen kasuan: haurrentzako menuak eskaintzea, tronak edukitzea. Hotelen kasuan: haurtzaindegi zerbitzua, logelak komunikatuak egotea,....
- Turismo familiarrari buruz hitz egiten dugunean, proposatzen edo eskaintzen diren aktibitateak eta planak norberaren kabuz egitekoak dira, gehienbat. Horregatik, bisitariari bere hurrekin helmugara iristean zer egin dezakeen esatea estrategia bat izango litzateke.



Urola Kosta Euskadiko Turismo Familiarrean

- Eskualdean apustu estrategiko bat egingo da turismo familiarri begira. Apustu hau faseka eramango da aurrera epe luze batean zehar, eskualdea ez dagoelako oraindik prest publiko honekiko eskaintza konpetitibo bat aurkezteko. Gaur egun urrats batzuk jada eman dira, baina oraindik eskualdeak bere presentzia indartu behar du turismo mota honetan.
- Kalitatezko eskaintza eta zerbitzu bat eman ahal izateko gure eskualdera datorren turistari, zera proposatzen da: eskaintza turistikoa eta eskualdeko baliabide turistikoa turismo familiarri zuzentzea hurrengo faseetan banatuz.
 - ✓ 1. fasea: 2017 bukaeran hasita 2019raino, eskualdeak jadanik eskaintzen dituen baliabideak turismo familiarren aterkiaren barnean sartzea izango da. Hau da, turismo familiarra erakartzeko janztea. Hurrengo diapositiban Euskaditik gure eskualdean familiek egin ditzaketen ekintzak zeintzuk izan daitezkeen zehazten da, betiere argumentario batean edo kontakizun batzuetan oinarrituta. Adibidez: gure euskarriei keinu bat egitea, produktu eskaintzaren egituraketaren arlo ezberdinen artean, familian zer egin proposatzea.
 - ✓ 2. fasea: 2019tik 2021raino. Apustu estrategikoa aurrera eraman, hau da, familia-turismoari zuzendutako produktu zigiluekin lan egin, eskualdeko jatetxe eta hotelen eskaintzaren barnean familia-turismoarentzako aukerak areagotu, hainbat produktu turistikoa berezi sortu target honi zuzenduta etab.

GASTRONOMIA

- ✓ Zarauzko Azoka.
- ✓ "Getariako Txakolina"
- ✓ Arrain kontserbak (Maisor Getaria, denda eta eskaintzen duen tailerra azaltzen da)



KULTURA

- ✓ Herri arrantzaleen alde zaharra. (Getaria)
- ✓ Juan Sebastián Elkano (Getaria): munduko lehenengo bira eman zuen marinela.
- ✓ Cristóbal Balenciaga Museoa (Getaria)
- ✓ Algorriko Interpretazio Zentroa (Zumaia)
- ✓ Agorregiko burdingintza eta errotak (Pagoetako Parkea, Aia)
- ✓ Arraunetxe Zentroa (Orio)
- ✓ Zarauzko Galtxagorriak: euskal mitologia ezagutzeko jokoak.



NATURA

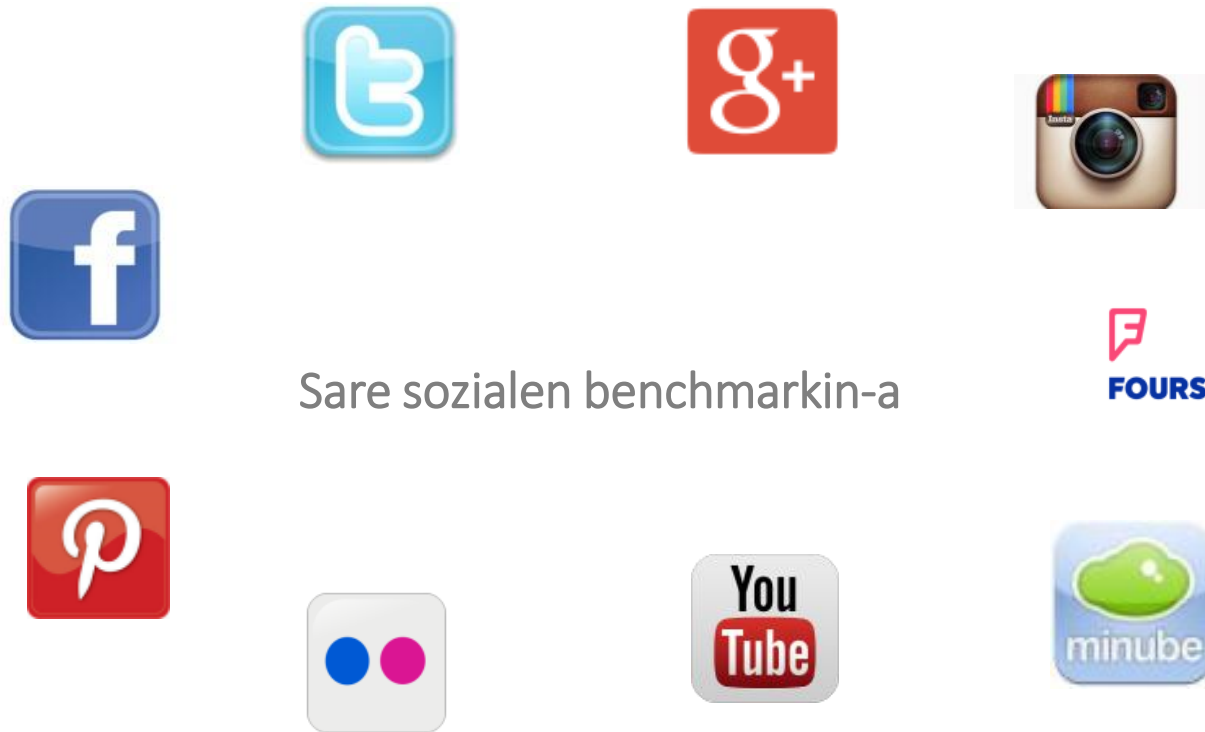
- ✓ San Telmotik ikusten den ikuspegia.
- ✓ Zumaia edo Getariako kostatik nabigatzea.
- ✓ Zumaia Fysch-a.
- ✓ Aiako Pagoetako Parkea (Burdgingintza eta lorategi botanikoak).
- ✓ Zarautz eta Getaria arteko itsasoko ibilbidea.
- ✓ Iñurritzako dunak eta biotopoa.
- ✓ Uretako kirolak praktikatzeko: Itzurungo hondartza Zumaian eta Zarautz.
- ✓ Egun lasaia pasatzeko: Malkorbe eta Gaztetape hondartzak Getarian.
- ✓ San Anton mendiko itsasargia.



AGENDA

- ✓ San Telmoko jaiak (Zumaia)
- ✓ Balearen eguna (Orio)
- ✓ Olagarroaren eguna (Zumaia)
- ✓ Txakolin eguna (Zarautz)
- ✓ Elkanoren lehorreratzea (Getaria)
- ✓ San Pedro eguna (Orio)
- ✓ Euskal Jaia (Zarautz).
- ✓ Kaleko antzerkia (Zarautz)





Sare sozialen benchmarkin-a

FOURSQUARE

minube

Sare Sozialak













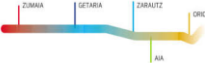






- 2014-an dinamizazio planerako egindako benchmarkin-a eguneratu dugu. Euskal kostaldeari (Costa Vasca) dagokionez, oraindik ez dauka sare sozial mugimendurik izen horrekin. Hau da, Gipuzkoako Kostaldeko herriek ez dute erakusten identitate unitario bat.
- Hurrengo orrietan eguneratu dugun informazioaren eskema:
 - Sare sozial nagusiak zein diren ikusi eta urte hauetan eman den eboluzioa.
 - Hurrengo zonaldeek sare sozialetan daukaten presentzia:
 - Gipuzkoa
 - Bizkaiako kosta
 - Bizkaia
 - Kantabria
 - Asturias
 - Bidasoa



www.kostaldea.eu / www.costavasca.org

Sare Sozialak






NORAKO HAUETAN SARE SOZIALETAN DAGOEN MUGIMENDUA

					Feed								
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X	X	X	X	X	X
	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	✓	X	X	X	X	X
	✓	✓	✓	✓	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	✓
	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓
	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	X	X	X	✓	✓

Sare Sozialak

	2014 www.visitgipuzkoa.net	2018 www.sansebastianregion.com	Igoera (2014-2018)
	1.407 Jarraitzaile	18.469 Jarraitzaile	%1.312,6 Jarraitzaile gehiago
	1.300 Tweet 122 Argazki/Bideo 1.726 Jarraitzaile	3.173 Tweet 667 Argazki/Bideo 5.083 Jarraitzaile	%244 Tweet gehiago %546,7 Argazki/Bideo gehiago %294,5 Jarraitzaile gehiago
	68 Argazki	68 Argazki	%0 Argazki gehiago
		89 Jarratzaile 127.854 visita	Berria
Feed			Berria











Sare Sozialak

	2014 www.bizkaiacostavasca.com	2018 www.bizkaiacostavasca.com	Igoera (2014-2018)
	1.591 Jarraitzaile	2.647 Jarraitzaile	%166,4 Jarraitzaile gehiago
	✗	4.474 Tweet 507 Argazki/Bideo 999 Jarraitzen 2.340 Jarraitzaile	Berria
	✗	56 Post 236 Jarraitzen 697 Jarraitzaile	Berria
	✗	0 Jarratzaile	Berria
Feed	✓	✓	✓








Sare Sozialak

	2014 www.mylbilbaobizkaia.com	2018 www.mylbilbaobizkaia.com	Igoera (2014-2018)
	2.775 Jarraitzaile	3.256 Jarraitzaile	%117,33 Jarraitzaile gehiago
	2.370 Tweet 397 Argazki/Bideo 4.303 Jarraitzaile	5.907 Tweet 1.557 Argazki/Bideo 5.504 Jarraitzaile	%249,2 Tweet gehiago %392 Argazki gehiago %128 Jarraitzaile gehiago
	1.919 Argazki	3.300 Argazki	%171,96 Argazki gehiago
		152 Jarratzaile 82.215 bisita	Berria










Sare Sozialak

Cantabria Infinita	2014 www.turismodecantabria.com	2018 www.turismodecantabria.com	Igoera (2014-2018)
	78.539 Jarraitzaile	163.028 Jarraitzaile (3 profil: turismoa, kalitatezko kluba eta elkarteak)	%207,6 Jarraitzaile gehiago
	25.804 Tweet 3.200 Argazki/Bideo 17.727 Jarraitzaile	47.802 Tweet 7.723 Argazki/Bideo 48.437 Jarraitzaile	%185,25 Tweet gehiago %241,34 Argazki/Bideo gehiago %273 Jarraitzaile gehiago
	577 jarraitzaile	846 jarraitzaile	%146 Jarraitzaile gehiago
		1.979 jarraitzaile. 2.073.243 bisita	Berria
	6.963 Jarraitzen 12.992 Jarraitzaile	7.553 Jarraitzen 14.389 Jarraitzaile	%108,47 Jarraitzen gehiago %110,75 Jarraitzaile gehiago
	503 Post 163 Jarraitzen 1.417 Jarraitzaile	1.897 Post 349 Jarraitzen 15.800 Jarraitzaile	%377 Post gehiago %214 Jarraitzen gehiago %1.115 Jarraitzaile gehiago
	640 Tip 368 Jarraitzaile	0 Tip 388 Jarraitzaile	%0 Tips gehiago %105,43 Jarraitzaile gehiago
		557 Tip 349 Jarraitzaile	Berria
		557 Tip 32 Ibilbideak	Berria




Sare Sozialak

	2014 www.turismoasturias.es	2018 www.turismoasturias.es	Igoera (2014-2018)
	79.243 Jarraitzaile	363.485 Jarraitzaile (2profil: turismo eta elkarte)	%456,7 Jarraitzaile gehiago
	10.747 Tweet 2.613 Argazki/Bideo 28.598 Jarraitzaile	18.800 Tweet 8.980 Argazki/Bideo 81.700 Jarraitzaile	%188 Tweet gehiago %340 Argazki/Bideo gehiago %285,7 Jarraitzaile gehiago
	1.372 jarraitzaile	2.135 jarraitzaile	%155,6 Jarraitzaile gehiago
	✗	2.867 jarraitzaile 2.201.041 bisita	Berria
	149 Jarraitzen 683 Jarraitzaile	72 Jarraitzen 1.628 Jarraitzaile	%238 Jarraitzaile gehiago
 Issu	34 Argitaratze 30 Jarraitzaile	165 Argitaratze 134 Jarraitzaile	%485,29%Argitaratze gehiago %446,67 Jarraitzaile gehiago
	327 Post 100 Jarraitzen 2.185 Jarraitzaile	1.503 Post 362 Jarraitzen 40.800 Jarraitzaile	%460 Post gehiago %362 Jarraitzen gehiago %187 Jarraitzaile gehiago
 Rss	✓	✓	
	✓	✓	

Sare Sozialak

	2014 www.turismoeskadi.net	2018 www.turismoeskadi.net	Igoera (2014-2018)
	60.061 Jarraitzaile	123.233 Jarraitzaile	%205,18 Jarraitzaile gehiago
	8.830 Tweet 266 Argazki/Bideo 966 Jarraitzen 7.317 Jarraitzaile	10.700 Tweet 1.270 Argazki/Bideo 1.056 Jarraitzen 12.800 Jarraitzaile	%121 Tweet gehiago %479 Argazki/Bideo gehiago %109,31 Jarraitzen gehiago %175 Jarraitzaile gehiago
	175 jarraitzaile	✗	✗
	2.024 Jarraitzaile 661.825 Ikustaldi	2.300 Jarraitzaile 763.804 Ikustaldi	%113 Jarraitzaile gehiago %115 Ikustaldi gehiago
	46 Jarraitzen 285 Jarraitzaile	✗	✗
	189 Argazki	75 Jarraitzaile 190 Argazki	%100,53 Argazki gehiago
	✗	✓	
	108 Post 225 Jarraitzen 1.006 Jarraitzaile	555 Post 445 Jarraitzen 14.100 Jarraitzaile	%514 Post gehiago %197,77 Jarraitzen gehiago %1.400 Jarraitzaile gehiago

Sare Sozialak





















 HONDARRIBIA·IRUN <i>Turismoa</i> <small>Bidasoa active Bidasoa bizirik</small>	2014 www.bidasoaturismo.com	2018 www.bidasoaturismo.com	Igoera (2014-2018)
	12.410 Jarraitzaile	13.917 Jarraitzaile	%112 Jarraitzaile gehiago
		9 Jarraitzaile Ez dago ezer argitaraturik	Berria

Laburpen Taula










18.469 Jarraitzaile	1.300 Tweet 122 Argazki/Bideo 1.726 Jarraitzaile	89 Jarratzaile 127.854 visita	X
2.647 Jarraitzaile	4.474 Tweet 507 Argazki/Bideo 2.340 Jarraitzaile	0 Jarratzaile	56 Post 236 Jarraitzen 697 Jarraitzaile
3.256 Jarraitzaile	5.907 Tweet 1.557 Argazki/Bideo 5.504 Jarraitzaile	152 Jarratzaile 82.215 bisita	X
13.917 Jarraitzaile	9 Jarraitzaile Ez dago ezer argitaraturik	X	X
123.233 Jarraitzaile	10.700 Tweet 1.270 Argazki/Bideo 12.800 Jarraitzaile	2.300 Jarraitzaile 763.804 Ikustaldi	555 Post 445 Jarraitzen 14.100 Jarraitzaile
163.028 Jarraitzaile	47.802 Tweet 7.723 Argazki/Bideo 48.437 Jarraitzaile	1.979 jarratzaile 2.073.243 bisita	1.897 Post 349 Jarraitzen 15.800 Jarraitzaile
363.485 Jarraitzaile	18.800 Tweet 8.980 Argazki/Bideo 81.700 Jarraitzaile	2.867 jarraitzaile 2.201.041 bisita	1.503 Post 362 Jarraitzen 40.800 Jarraitzaile








Urola kostako turismo eta herrien webguneetan dagoen mugimendua

				
 ZARAUZKO UDALA	www.turismozarautz.com 4.449 Jarraitzaile	1.622 Tweet 27 Argazki/Bideo 94 Jarraitzen 1.050 Jarraitzaile	19 Jarraitzaile	
 Orioko Udala	http://turismo.orio.eus/es 601 Jarraitzaile	548 Tweet 56 Argazki/Bideo 178 Jarraitzen 151 Jarraitzaile		
 Zumaiko Udala	https://zumaia.eus/es/turismo 326 Jarraitzaile	269 Tweet 28 Argazki/Bideo 184 Jarraitzen 364 Jarraitzaile		
 Getariako Udala	www.getaria.eus 1.365 Jarraitzaile			
 AIA	www.aiako.com 383 Jarraitzaile			

Urola kostako turismo eta herrien web-gunetan dagoen mugimendua

	2014 	2018 	Igoera (2014-2018)
 ZARAUZKO UDALA	www.turismozarautz.com 1781 Jarraitzaile	4.449 Jarraitzaile	%250 Jarraitzaile gehiago
 Orioko Udala	www.turismo.orio.eus/es/ 237 Jarraitzaile	601 Jarraitzaile	%254 jarraitzaile gehiago
 Zumaia Udala	www.zumaia.eus/es/turismo 408 Jarraitzaile	326 Jarraitzaile	Orri Berri bat sortu dute.
 Getariako Udala	www.getaria.eus 136 Jarraitzaile	1.365 Jarraitzaile	%1.003 jarraitzaile gehiago
 AIA	www.aiako.com ✗	383 Jarraitzaile	Berria

Urola kostako turismo eta herrien web-gunetan dagoen mugimendua

	2014 	2018 	Igoera (2014-2018)
 ZARAUZKO UDALA	www.turismozarautz.com 275 Tweet 24 Argazki/Bideo 400 Jarraitzaile	1.622 Tweet 27 Argazki/Bideo 94 Jarraitzen 1.050 Jarraitzaile	%590 Tweet gehiago %112 Argazki/Bideo gehiago %262 jarraitzaile gehiago.
 Orioko Udala	www.turismo.orio.eus/es/ 377 Tweet 25 Argazki/Bideo 76 Jarraitzaile	548 Tweet 56 Argazki/Bideo 178 Jarraitzen 151 Jarraitzaile	%145 Tweet gehiago %224 Argazki/Bideo gehiago %198,7 jarraitzaile gehiago
 Zumaia Udala	www.zumaia.eus/es/turismo ✗	269 Tweet 28 Argazki/Bideo 184 Jarraitzen 364 Jarraitzaile	Berria
 Getariako Udala	www.getaria.eus ✗	✗	✗
 AIA	www.aiako.com ✗	✗	✗

Facebooken Gastronomika profil espezializatua daukatenak:



@DebagoienaGastronomika



@EuskadiGastronomikaUribe

Ekitaldi eta albiste gastronomikoak zabaltzeko erabiltzen dituzte

Facebooken Gastronomia profil espezializaturiko adibide bat:



- ✓ Ez dauka zerikusirik Euskadi Gastronomika Klubarekin.
- ✓ Gastronomiari buruzko informazioa zabaltzeko da.

67 @GastronomiaVitoria

Sare Sozialen benchmarkin-aren ondorioak

- Orokorrean, azken urteotan sare sozialek hazkunde handia izan dutela ikusten dugu aukeratutako zonaldeetan. Kasu askotan, jarraitzaileak 4, 5 edo 10 aldiz biderkatu dira hainbat plataformatan 2014tik 2018ko hasieraraino (gehienbat Euskadi, Cantabria eta Asturiasen sareetan). Beraz, joera oso gorakorra da.
- Eremu handien joera (Cantabria, Asturias, Euskadi...) sare sozial ezberdin askotan presente egotea da. Hala ere, 4 plataforma dira gehien nabarmentzen direnak haien artean: Twitter, Facebook, Instagram eta Youtube. Sare horietan eskaintzen den edukia oso ugaria da, eta jarraitzaile kopurua ere oso nabarmena. Adibide bat jartzearen, hiru zonalde hauek 100.000 jarraitzailetik gora dituzte Facebooken (Asturiasek ia 400.000), eta Cantabria eta Euskadik 10 aldiz biderkatu dute Instagrameko jarraitzaile kopurua 4 urte hauetan zehar.
- Mugimendu handia dagoela somatzen da bereziki eremu handietan, baina orokorrean Bilbo, Bizkaia eta Hondarribia bezalako eremuek ez dauzkate jarraitzaile asko. Badirudi San Sebastian Region esfortzuak ari dela egiten marka ezagutarazteko, eta sareetan aktibitate handia du, hala jarraitzaile asko bereganatu dituelarik.
- Urola Kostako herrien artean Zarautz da presentzia gehien duena bai Twitterren eta baita Facebooken ere. Gehien hazten ari dena da baita ere, eta Youtubeko kanala duen bakarra.

Sare Sozialen inguruko komentarioak

Lau sare sozial nabarmenduko ditugu gainontzekoen gainean, daukaten jarraitzaile/erabiltzaile kopuruagatik eta erabilgarritasunagatik.

- **Facebook** da jarraitzaile gehien eduki ohi dituen plataforma gaur egun. Oso eroso da, mota askotako eduki ezberdinak partekatzeko aukera ematen duelako era erraz eta zuzen batean: argazkiak, bideoak, idatziak etab.
- **Twitter** oso erabilgarria izan daiteke iragarpenak egiteko edo zerbaiten berri emateko. Agenda moduko bat izan daiteke jarraitzaileentzat daukan berehalakotasun eta mezuen luzera murriztarenagatik. Gainera, interakzioa errazten du jarraitzaileekiko
- **Instagram** oso modan dagoen plataforma bat da gaur egun. Edozein motako argazkiak edo bideoak partekatzeko aukera ematen du, eta oso gomendagarria da gehienbat argazkilari eta turismo eremuentzat, hashtagen bitartez mundu osoko jendeak momentuan aurkitu baizaitzake eta jarraitzen hasi gustuko izan ezker. Orain, zuzeneko bideoak egiteko aukera gehitu du, eta interesgarria izan daiteke ospakizun garrantzitsuetarako, esaterako.
- Zeresanik ez **Youtubek** duen inpaktuari buruz. Geroz eta garrantzi gehiago hartzen ari da mundu mailan, eta eskualdea era moderno batean entzutera emateko oso baliabide aproposa izan daiteke bideo ikusgarrien bitartez. Cantabria Infinita eta Asturias Paraíso Natural bezalako eremuek 2 milioitik gorako bisitaldiak dituzten jada eta Euskadi Basque Country milioitik gertu dago. Horrek Youtubek duen irismen eta garrantziaren inguruan asko esaten digu.

Informazio kuantitatiboa

Datu estadistikoak

Eskualdea

Herriz-Herri

2016

Bisitari totalak: 131.909



%12,96

Araba
%15,08

Bizkaia
%33,02

Gipuzkoa
%51,90



%58,67



%28,37



2016



102.608 sarrerak



21.925 sarrerak



Getaria

%11,14

Orio

%21,39

Zarautz

%10,71

Zumaia

%25,16



%59,79

%49,74

%56,84

%59,70



%29,06

%28,87

%32,45

%25,14

Informazio kualitatiboa

Ekarrizketak/Galdetegiak

Benchmarkinak



Gipuzkoako Foru Aldundia
Diputación Foral de Gipuzkoa

ENPRESAK

- ✓ Herriak banaka eta berezita aipatzen dira.
- ✓ Zumaiaren arrakasta nabaria.
- ✓ Orio eta Aia haien artean osagarriak diren herriak bezala aipatzen dira.
- ✓ Etortzearen arrazoi nabarietako bat natura dela eta baliabide guztien gertutasuna.
- ✓ Garrantzi handia ematen zaio eskualdeko bizimoduari.
- ✓ Gastronomia dela.
- ✓ Gaur egungo pelikulek eragin duten zirrara eta inpaktua eskualdearen inguruan.
- ✓ Eskaintza eskualde bezala sortzea aipatzen da, proiektu turistiko komun bat.



- ✓ Familientzako **zerbitzu** **espezializatuak**.
- ✓ **Segurtasun** **arauei** **atentzio** berezia. **Animazio** **egitarau** zabala, umeentzako zerbitzu eta jarduerak.
- ✓ Txikientzako **instalazio egokiak** toki publikoetan, ostatuan eta eskaintza osagarrietan.
- ✓ Eguneroko jarduera egitarauari buruzko **informazioaren**



- ✓ Sare sozialek hazkunde handia izan dutela
- ✓ 4 plataforma dira gehien nabarmentzen direnak haien artean: Twitter, Facebook, Instagram eta Youtube.
- ✓ Urola Kostako herrien artean Zarautz da presentzia gehien duena

Estrategia eta Ekintza Plana



Helburu estrategikoak

- ✓ Turismoak modu jasangarri batean landuta, eskualdearen garapen sozioekonomikoa indartzea.
- ✓ Urola kostaren irudia eskualde bezala indartu eta komunikatu.
- ✓ Urtarokotasuna deuseztatzeko bultzatzeko ekintzak landu.
- ✓ Turismo jasangarri baten aldeko apustu bat egin.
- ✓ Gure eskaintza proposamena “familiarizatu” / erraztu.
- ✓ Herritarrak kontzientziatu, turismoaren onurak zabalduz herrietan zehar.
- ✓ Eskualdeko turismo sarea indartu, elkarlanerako bideak zabalduz eta sustatuz.

GURA MARKET **in** route
to market

Ekintza Plana
ESKUALDEA TURISMOARI BEGIRA



UROLA KOSTAKO
UDAL ELKARTEA

Eskualde turismoari begira

- Lan arlo honek eskualdearen funtzionamendua hobetzea bilatzen du honek eskaintzen dituen baliabide guztiak kontutan hartuta. Horretarako, orain arte egon diren arazoak hartu behar dira kontutan eta haiek landu. Ondorengo ekintzetan gehiago sakonduko da:
 - Herritar batzuek turismoarekiko duten aurkako sentimenduan.
 - Aparkaleku problematikan.
 - Urola kostako turismo sareren errefortzuan.
 - Garraio publikoaren hobekuntzan.
 - Seinaleztapen hobekuntan.
 - Eta lehiakortasunean (kalitate programen eta antzekoen zentzuan).
- Ondorengo ekintzetan, beraz, gai guzti hauei buruzko iradokizunak eta proposamenak jasotzen dira azalpenak emanez eta eman beharreko urratsak zehaztuz gai bakoitzaren barruan.
- Horrez gain, hurrengo diapositibetan zehar ere zera proposatzen da: gaur egungo arazoei soluzioa emango dieten proposamenez gain, etorkizunean sortu daitezkeen arazoak konpontzea kontutan hartuko dituzten ekintzak sortzea hain zuzen ere.

	Lan Lerroak	Iniziatibak
ESKUALDEA TURISMOARI BEGIRA	HOB 1.- Turismoaren onurak gizarteari ezagutarazi.	HOB 1.1- Turismoaren onurak gizarteari ezagutarazi.
	HOB 2.- Urola Kostako turismo sarea bultzatu.	HOB 2.1- Urola kostako agente desberdinen lan taldea indartu.
	HOB 3.- Garraio publikoaren hobekuntzak.	HOB 3.1- Eskualdeko egoeraren berrazterketa.
	HOB 4.- Aparkaleku problematikari aurre egin.	HOB 4.1- Aparkaleku problematikari aurre egin garraio publikoaren bidez.
	HOB 5.- Seinalizazioa.	HOB 5.1- Seinalizazioa hobetzea errepide sarean eta errekurtsu turistikoak era argi batean seinalezatuta egotea.
	HOB 6.- Lehiakortasuna	HOB 6.1.- Eskualdearen lehiakortasun turistikoa indartzeko ekintzak: Kalitate porogramak, IKT-ak, Iraunkortasuna.
	HOB7.- Jasangarritasuna	HOB7.1.- Turismo jasangarrietan abian jartzen diren ekintza guztietan presente egon behar du.
	HOB 8. Irisgarritasuna	HOB 8.1 Irisgarritasuna kontuatu hartzen duten ekimenak sustatu.

GURA MARKET **in**

Estrategia eta Ekintza Plana KOKAPEN TURISTIKOA



UROLA KOSTAKO
UDAL ELKARTEA

Kokapen turistikoa

- Argi dago gure eskualdeaz aditu ezberdinekin hitz egiten dugunean edo bidaiariaren ikuspuntuak aztertzen ditugunean, badaudela askotan errepikatzen diren berezko ezaugarriak.

Gastronomia



Getariako Txakolina
DENOMINACION DE ORIGEN

Surfa

Hondartza



Pagoeta



Geoparkea



Arrantza



Kultura



Paisaia

Kokapen turistikoa



Kokapen turistikoa

Aurreko planarekin alderatuta, hainbat aldaketa proposatzen dira, eskualdearen gaur egungo egoera aztertuta. Aldaketa hauek eskualdearentzat garrantzitsuak diren hiru arlotan proposatzen dira: naturan, gastronomian eta kulturen hain zuzen ere.

- **Mendi-ibilbideak** kokapen turistikoa gehitu dira eskualdearen baliabide erakargarri bat direlako eta eskualdeak oso eskaintza ugaria duelako haietan. Beraz, garrantzi handiagoa emango zaie eskualdearen kokapenean.
- **Gastronomia:** Arlo honetan Kosta Gastronomika proiektuaren garapenaren aldeko apustu bat egingo da eskualdeko eskaintza gastronomikoa ezagutzera emateko. Plan honetan bazkide berriak bilatzea proposatzen da proiektu honetarako, horrela bisitariei eskaintza gastronomiko zabalago bat eskaini ahal izateko.
- **MunduBira500.** Plan hau ezartzen den epean, Elkanoren Mundu Bira proiektua garatuko da. Beraz, gure eskualdearentzat proiektu estrategiko bat izan daiteke.

Hiru aldaketa hauetan eskualdearentzat garrantzitsuak diren hiru arlo ezberdin landuko dira, beraz: natura, gastronomia eta kultura hain zuzen ere.

Kokapen turistikoa

- Behin kokapen turistikoa planteatuta geratu dela, nagusiki aktibitate eremu bat definituko dugu.

KOKAPEN TURISTIKOA	KT 1.- Argumentario Turistikoa	KT1.1.- Definituriko kokapen turistikoa berrira egokituta, argumentario turistikoa erredakzioa/ Argumentario-gidoi amankomun bat sortzea.
--------------------	--------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kokapen turistikoa garapena produktu estrategietan ikusiko dugu, hauek proposamen berrira egokituz.

Honez gain gure komunikazio atalean landuko dira, kokapen turistikoa dagozkion egokitzapenak.

GURA MARKET **in** route
to
market

Estrategia eta Ekintza Plana PRODUKTUA



UROLA KOSTAKO
UDAL ELKARTEA

Kokapen turistikoa



Produktua

- Definitu berri dugun kokapen turistikoa kontutan hartuta, produktu eskaintzaren egituraketa harekin-bat joango da. Beraz, ezberdindu ditzakegun arloak ondorengoak izango dira:
 - Kultura.
 - Gastronomía.
 - Natura baliabideak eta hondartzak.
 - Turismo aktiboa.
- Apustu nagusia bisitariarentzat ulergarria eta erakargarria izango den eskaintza bat sortzean oinarritzen da, arestian aipatutako lau arlo ezberdinetan. Horretarako hainbat proposamen egiten dira: Deskonektatzeko planen sorrera, euri planak eta familia planak. Horrekin lortu nahi dena eskualdeko eskaintza turistikoa ezberdin bat bultzatzea da eta gure bisitariari eskualdea ezagutzeko bidea erraztea.
- Hau hobeto uler dadin, apustu hau hurrengo diapositibetan zehar azaltzen dugu era ikuserrazago batean.

Produktua



ITSASOAK SORTURIKO LURRALDEA
Orio, Aia, Zarautz, Getaria, Zumaia

TOURING-a: Galdu ezin dituzun 10 txokoen tourra

GASTRONOMIA



KULTURA



NATURA BALIABIDEAK ETA HONDARTZAK



TURISMO AKTIBOA



Deskonektatzeko joan-etorriak.

Euri planak
Familia planak



Touring-a: Galdu ezin dituzun 10 txokoak

ITSASOAK SORTURIKO LURRALDEA
Orio, Aia, Zarautz, Getaria, Zumaia

KOKAPEN
EZAUGARRIAK

Gastronomia



Ondarea/Tradizioa



Arrantza

Geoparkea



Hondartza



Kirola



Pagoeta



Mendi ibilbideak



Gastronomia

Eskualdeak gastronomikoki egin dezakeen eskaintza 2 multzotan:

- Euskal kultura gastronomikoa.
- Gure eskualdeko erreferente diren eskaintzak:
 - Getariako txakolina
 - Itsas parrilak

Kultura

Herri kultura, tradizioei, historiari dagokionez...

- Itsas ondarea. ELKANO
- Arrantza
- Euskara, gure kultura

Museoei dagokienez...

- Balenciaga erreferente
- Beste batzuk
- Done Jakue bidea

Natura baliabideak eta hondartzak

- 6 hondartza (Euskadiko luzeena).
- Euskal kostaldeko Geoparkea
- Pagoetako Parke Naturala
- Paisaiaren berde-urdinaz gozatzeko aukera

Turismo aktiboa

Turismo aktiboa uretan:

- Surfa
- Ibaian aktibitateak

Turismo aktiboa lurrean:

- Ibilbideak

PRODUKTU
LERRIAK

Zer eta non egin

Deskonektatzeko joan-etorriak.

Euri planak / Familia planak.

AGENDA

Produktua

- Estrategia hau aurrera eraman ahal izateko hainbat ekintza proposatzen dira jarraian. Ekintza hauek hiru arlo ezberdinen ingurukoak dira:
 - Bisitariari eskainiko zaien eskaintza berria egokitzea.
 - Europar proiektuak lantzea.
 - Eta Kosta Gastronomika proiektuaren atala.
- Puntu gakoetako bat dudarik gabe bisitariari eskainiko zaien eskaintza berria egokitzea da aurrerago ikusiko dugun moduan. Horretarako, arestian aipatu bezala, hiru talde ezberdinetan sartzen diren iradokizunak lantzea proposatzen da. Hiru talde hauek Deskonektatzeko Planak, Euri Planak eta Familia Planak dira, familia-turismoa erakartzeko estrategia berriarekiko oso orientatuak daudenak.
- Ondoren, ekintza guztiak zehazten dira.

<p>PRODUKTUA</p>	<p>PR.1.- Urola Kostara datozen bisitariei eskainiko zaien produktu eskaintza estrategia berrira egokitu.</p>	<p>PR.1.1.- Zeharkakoa den Touring kategoria indartu.</p>
		<p>PR. 1.2.- Gastronomia, Kultura, Natura Baliabide eta Hondartzak eta Kirol Aktiboa produktu kategoriak eagutzera eman.</p>
		<p>PR. 1.3.- Deskonektatzeko joan etorriak, euri planak eta familia kategorian sartuko diren proposamenak landu.</p>
	<p>PR.2.- Europar proiektuak</p>	<p>PR. 2.1.- Europar proiektuak lantzen jarraitu gure eskaintza turistikoa aberasteko.</p>
	<p>PR.3. Kosta Gastronomika</p>	<p>PR.3.1.- Komunikazio Plana.</p>
		<p>PR.3.2.- Produktu batzuen inguruko hausnarketa eta balorazioa: parrila eta gazta.</p>
		<p>PR.3.3.- Enpresei zabaltzea: Maisor/Ezkurtzerri/TalaiBerri</p>
		<p>PR.3.4.- Komunikazio euskarrien berrikusketa.</p>
		<p>PR.3.5.- Hitzarmenak eta aliantzak tradearekin.</p>
<p>PR.3.6.- Ekitaldi turistikoetan partaidetza ospea eta izen ona sortzeko.</p>		

GURA MARKET **in** route
to market

Estrategia eta Ekintza Plana
MARKA



UROLA KOSTAKO
UDAL ELKARTEA

Marka

- Behin baino gehiagotan aipatu da eskualdeko herriak, mankomunitatearen bidez turismoa elkarrekin sustatzen dutenean, marka baten babesean egon behar direla.
- Gipuzkoako Foru Aldundiarek San Sebastian Region marka estrategia garatu nahi du Gipuzkoa osora. Hau kontutan edukita, estrategia honen garapena gure egitekotan geratu gera printzipioz. 2018an zehar estrategia honen lanketa egitea espero da.
- Proiektu hau martxan jarri arte, udalerrien markak erabiltzeko estrategiarekin jarraitzen dugu, jarraian sakonago azalduko den moduan:

Marka

:

	Marka Territorialak	Produktu / Errekurtso Markak
MARKA ESTRATEGIKO NAGUSIAK	 <p>Zarauzko Turismo Bulegoa, Zumaia, Getariako Udala</p>	 <p>Geoparkea Euskal Kostaldea - Costa Vasca</p>
LEHEN MAILAKO MARKAK	 <p>Orioko Udala</p>	 <p>Aia Pagoeta</p>
BIGARREN MAILAKO MARKAK	 <p>AIA</p>	

GURA MARKET **in** route to market

Estrategia eta Ekintza Plana HELBURU MERKATUA



UROLA KOSTAKO
UDAL ELKARTEA

Merkatua

- Hurrengo orrialdeetan gure merkatu helburua definituko dugu. Horretarako faktore desberdinak hartu ditugu kontutan: bidaiariaren jatorria, eramaten duen bizitza estiloa eta informazio soziodemografikoa zehazki. Puntu horiek oinarritzat hartuta, lau talde ezberdindu ditugu:
 - 1. Turistak.
 - 2. Txangozaleak.
 - 3. 3. adina
 - 4. “Nicho”
- Bisitaria alor motibazional eta esperientzial batetik aztertzean, gure eskaintza turistikora hobekien egokitzen diren profilak zeintzuk diren definitu dugu.

Hau egiteko, diagnostikoan azaldutako perfil ezberdinak azertu ditugu gure eskaintza turistikokoaren ikuspegitik. Gure eskaintza hobekien perfil hauei egokitzen zaiela ondorioztatu dugu.

Orokorra

Landa eta natura

Kultura eta oporrak

Lasaitasuna

Ondorengo bi orrialdeetan, aukeraturiko perfilen deskribapen bat egiten da.

Merkatua

- Plana gaurkoratzean, merkatuaren estrategiek antzeko jarraitzen dute. Kontuan hartuta, bisitaria alor motibazional eta esperientzialak, gure eskaintza turistikora hobekien egokitzen den profila familiak dira. Beraz, hau izango da gure tarhet nagusia.
- Hainbat faktore ezberdin hartzen dira kontutan; bidaiariaren jatorria, eramaten duen bitzta estiloa eta informazio soziodemografikoa, zehazki. Puntu horiek oinarritzat hartuta, lau talde ezberdindu ziren aurreko planean:
 - 1. Turistak.
 - 2. Txangozaleak.
 - 3. 3. adina
 - 4. “Nicho”
- Turisten eta txangozaleen taldeetan familia turismoaren presentzia indartzea proposatzen da.
- Bisitaria alor motibazional eta esperientzial batetik aztertzean, gure targetak definitu ditugu. Gure eskaintza hobekien perfil hauei egokitzen zaiela ondorioztatu dugu:

Orokorra

Landa eta natura

Kultura eta oporrak

Lasaitasuna

- 3. adina eta “Nicho” taldeekiko estrategia bere horretan mantentzen da.

Merkatua

- Motibazioaren ikuspuntutik ondorengo perfilak aukeratu dira:

Orokorra



Ongizatea
Kirola
Kultura

Pertsona hauek batez ere ongizate aktibitateak, kirol eta kultura ekintzak aurrera eramatea bilatzen dute. Beraz, Urola Kosta leku aproposa da aktibitate guzti hauek aurrera eramateko.

Aldi berean kultura eta oporrak bilatzen dituenak



Naturan aktibitateak
Ibilaldiak
Txangoak

Talde honi batez ere arteak eta kulturak, zonalde naturaletan aktibitateak aurrera eramateak, ibilaldiak eta txangoak egiteak motibatzen die. Bestalde, gutxien interesatzen zaiena kirol jarduerak dira. Beraz, Urola Kosta oso interesgarri egingo zaio segmentu honi.

Merkatua

- Bestetik, bidaiariek bizi nahi dituzten esperientzien arabera, ondorengo turistak erakarriko ditugu Urola Kostara:

Landa eta natura



Aktibitateak eta
kirola landan

Hauei landa eta natura ingurunean aktibitateak eta kirol ekintzak aurrera eramatea motibatzen die. Bestalde, erosketak eta enogastronomia dira gutxien interesatzen zaizkienak.

Lasaitasuna



Txangoak
Ibilaldiak
Artea eta kultura ezagutu

Lasaitasuna bilatzen duten pertsoneri landa zonaldeak gustatzen zaizkie, txangoak eta ibilaldiak egiteko, eta artea eta kultura ezagutzeko. Bestalde, kirola da gutxien interesatzen zaiena.

Merkatua

- Hauek dira sailkaturiko lau taldeak:

TURISTAK

- Hauek familiarekin gauak Urola kostan pasatzen dituzten bidaiariak dira.

TXANGOZALEAK

- Familiarekin egun pasa datozen pertsonak. Bertan bi perfil desberdin dauzkagu:
 - ✓ Urola Kostatik ordu eta erdira bizi diren txangozaleak.
 - ✓ Euskadira datozen bidaiariak eta euren egonaldian Urola Kostan egun bat pasatzea erabakitzen dutenak.

“NICHU”

- Hauek Urola kostara zerbait zehazki egitera datozen turistak dira.
 - ✓ Surfa egitera.
 - ✓ Txakolindegiak bisitatzera...

3º ADINA

- Hauek desestazionalizazio altua daukaten hilabeteetan etorriko lirateke gure bisitan.

Merkatua

Bilatzen dugun profila



TURISTAK

Informazio orokorra

- Oso perfil orokorra da, lehen definituriko bidai motibazioekin. Batez ere eskualdea ezagutzera eta lasaitasun bila etortzen diren pertsonengana joango gara.
- Hauen barruan, familiak izango dira lehenetsiko diren targeta.



Jatorria

Jatorriari dagokionez, lehen maila batean, hurbileko bisitariengana joango gara: ordu eta erdi kotxez. Bigarren maila batean, lau-bost ordura daudenengana.



Merkatua

Bilatzen dugun profila



TXANGOZALEAK

Informazio orokorra

2 txangozale mota erakarriko ditugu, indar gehien familietan jarriz:

- 1) Ordu eta erdira bizi diren pertsonak eta batez ere egun pasa mugitzen direnak.
- 2) Euskadiko hirietara datozen atzerritar edo estatuko bidaiariak.

Batez ere, gure eskualdea ezagutu nahi dutenak edo ekintza zehatz bat egitera mugitzen direnak erakarriko ditugu.

Jatorria



1. Txangozaleak



2. Txangozaleak



Merkatua

Bilatzen dugun profila



3. ADINA

Informazio orokorra

Bi talde mota bereiziko ditugu:

- Egun pasa datozenak, gehienez ordu eta erdira bizi direnak.
- 2 edo 3 gau pasatzera datozen “elderliak”, gehienez 4-5 ordotara bizi direnak.

Talde hau erakartzea oso interesgarria da batez ere desestazonalizazio altuko hilabetetan.



Jatorria



Merkatua

Bilatzen dugun profila



“NICH0” artean

- Informazio orokorra:

- Turista hauek Urola Kostara ekimen konkretu bat gauzatzera etortzen dira.
- Ondorengo errekurtsioak izan daitezke nagusi Urola Kostan:



**Surfa egitera edota
txapelketetara**

Geoparkera



Upategietara

- Kasu honetan jatorriak garrantzi gutxiago du beste kasuetan baino. Perfil hauek, euren pasioaz edo gustuko jarduera egin ahal izateko mugikortasun handia erakutsi ohi dute.

GURA MARKET **in** route to market

Estrategia eta Ekintza Plana KOMERTZIALIZAZIOA



UROLA KOSTAKO
UDAL ELKARTEA

Komertzializazioa

Hurrengo taulan ikusi dezakegu planteatutako komertzializazio estrategiak, zein publiko helbururekin erlazionatzen diren.

		TURISTAK	TXANGOZALEAK	“ELDERLIAK”	“NICH0”
K1.-Presentzia hobetu erabakitze puntu gakoetan	K1.1.-Fam Trip-ak lantzen jarraitzea interesgarria	✓	✓		
	K 1.2.- Kanal tradizionalen harremanak	✓	✓		
K2.- Euskadiko eskaintza gure presentzia lantzea	K2.1.- Euskadiko eta Euskal Kostaldeko top 10etan kokatu	✓			✓
	K2.2.- Basquetour-en Fam Tripen kudeaketa hobetu.	✓			
K3.- Turismo ferietan presentzia	K3.1.- Helburu Publikoa erakarri	✓	✓		✓
K4.- Desestazionalizaziorako publikoa	K4.1.- Senior bidai-antolatzaileekin kontaktua			✓	
K5.- Bezeroen leialtasuna	K5.1- Leialtasun programa	✓	✓		
	K5.1- Datu estatistikoak landu	✓			
K6.- Kide estrategikoak	K6.1.- Preskriptore estrategikoak bilatu iparraldean	✓	✓	✓	✓

GURA MARKET **in** route
to market

Ekintza Plana
KOMUNIKAZIOA



Komunikazioa

- Komunikazioaren arloan hainbat ekintza proposatzen dira:
 - Lehenik eta behin, beste arlo askorekin bezala, komunikazio estrategia berria eremuaren estrategia turistikoari egokitu behar zaio. Beraz, horretara zuzendutako hainbat ekintza proposatuko dira.
 - Gainera, hainbat komunikazio ekintza zehatz aurrera eramatea beharrezkoa dela iruditzen zaigu (press tripak, sare sozialak eta webgunea berri, ...). Horiek guztiak ere estrategia turistiko berriarekin bat egin beharko dute.
 - Agendari eta honen argitalpenari ere protagonismoa ematen zaio ekintzetan.
 - Aipagarria da online kanalak irabazten duen garrantzia, gaur eguneko tresna beharrezkoa delako turismo sektorean ondoren argituko dugun moduan.
- Jarraian, beraz, komunikazioari buruz proposatzen diren ekintzak azaltzen dira.

KOMUNIKAZIOA	KO 1.- Materialen azterketa eta egokitzapena.	KO 1.1.- Komunikazio materialaren egonkortzea.
		KO 1.2.- Kokapen turistikoa eta produktu estrategiarekin bat etortzea.
		KO 1.3.- Gure irudi eta bidearen basea lantzea.
	KO 2.- Komunikazio ekintza zehatzak.	KO 2.1.- Press trip-en antolakuntza.
		KO 2.2.- Sare sozialetan presentzia indartu.
		KO 2.3.- Publicitya sortzeko ekintzak.
		KO 2.4.- Webgunearen berritzea
	KO 3.- Agendaren argitalpena.	KO 3.1.- Agendaren argitalpena eta hau eguneratua mantentzea.
	KO 4.- Storytelling.	KO 4.1.- Urola Kostari buruzko istorio eta ipuinak sortzea hemen biziko dituzten esperientzien berezitasuna azpimarratuz.
	KO 5.- "Online" presentzia indartzea.	KO 5.1.- Turismoarekin erlazionatuta dauden enpresen online presentzia sustatzea.
KO 5.2.- Gure komunikazio materiala on-line jarri.		

GURA MARKET **in** route to market

EUSKARA, UEMA-rekin ELKARLANA



UROLA KOSTAKO
UDAL ELKARTEA

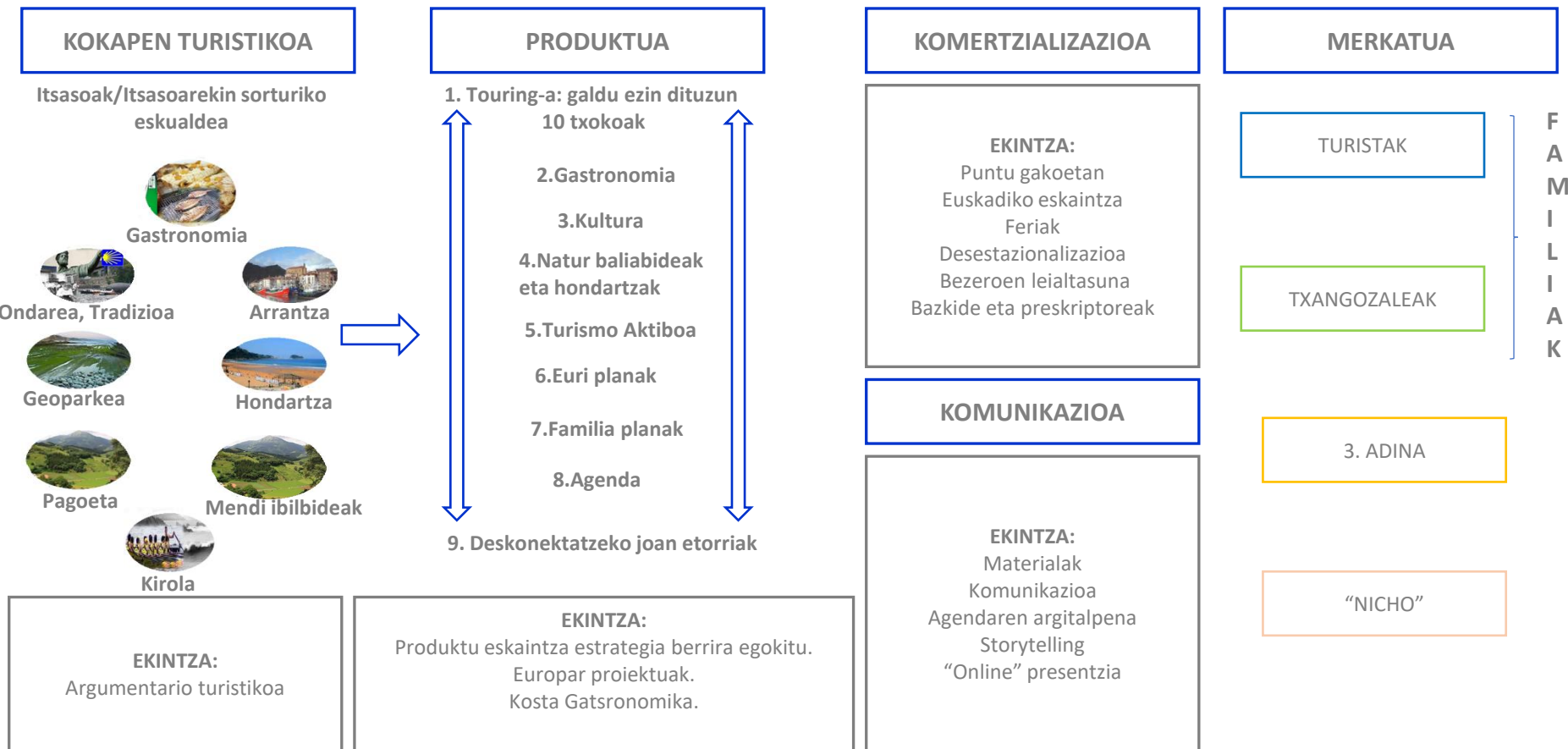
Euskara UEMA-rekin elkarlana

2017. Urte amaiera UEMA eta Urola Kostako Udal Elkarteak elkarlanera akordio bat sinatu zuten.

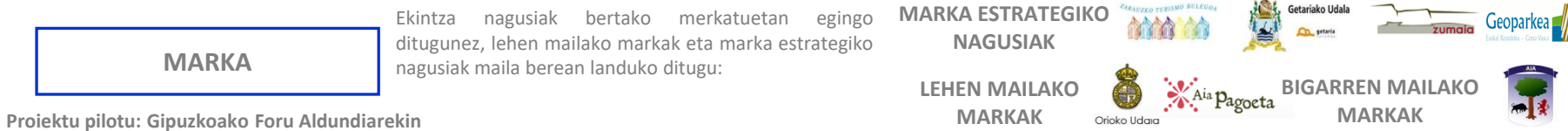
Akordio honen arabera UEMA euskarak turismoan duen paperaren inguruan aholkularitza zerbitzua eskainiko dio Udal Elkarteari.

Elkarlan honetan ondorengo hiru lerro hauek lantzea adostu da:

EUSKARA, UEMA-rekin ELKARLANA	EUS 1.- Euskara industria turistikoan.	EUS 1.1.- Bisitariekin harremana duten enpresetan euskara balioan jarri eta honen erabilera sustatu.
	EUS 2.- Euskarri turistikoetan euskararen presentzia.	EUS 2.1.- Turismo euskarrietan euskararen erabilera.
	EUS 3.- Euskara produktu turistikoa.	EUS 3.1.- Euskara aktibo turistiko bezala lantzea.



F
A
M
I
L
I
A
K



Proiektu pilotu: Gipuzkoako Foru Aldundiarekin

ESKUALDEA TURISMOARI BEGIRA

Turismoaren onurak gizarteari ezagutarazi.
Turismo sarea bultzatu.
Garraio publikoaren hobekuntzak.
Aparkaleku problematika.
Seinaleztapena.
Jasangarritasuna
Irisgarritasuna

EUSKARA, UEMA-rekin ELKARLANA

Euskara industria turistikoa.
Euskarri turistikoetan euskararen presentzia.
Euskara produktu turistikoa.