

TURISMO-INDUSTRIAREN PROFILA

2025eko maiatza

Aurkibidea

1. Helburuak eta planteamendu metodologikoa	4
1.1. Helburu orokorrak	5
1.2. Planteamendu metodologikoa eta inkestaren fitxa teknikoa	8
2. Erreferentziazko esparrua: Euskadiko turismo-industriaren ezaugarriak	12
2.1. Jardueren deskribapena tipologiaren arabera	14
2.1.1. Alojamendua multzoko jardueren deskribapena	15
2.1.2. Bidaia Agentziak multzoko jardueren deskribapena	17
2.1.3. Turismo-gidariak multzoko jardueren deskribapena	19
2.2. Izaera juridikoa	21
2.3. Antzintasuna	26
2.4. Enpleguaren ezaugarriak turismo-industrian	30
2.4.1. Kide bakarreko negozio-tasa	32
2.4.2. Enpleguaren banaketa sexuaren arabera	35
2.4.3. Enpleguaren funtzioak turismo-industrian	37
2.4.4. Turismo-industrian lanean ari diren langileen adina	39
2.4.5. Turismo-industrian lanean ari diren pertsonen prestakuntza maila	42
3. Turismo-jarduerak industrian duen garrantzia, urtaroen eragina eta bezeroen profila	45
3.1. Turismo-jarduerak industrian duen garrantziaren inguruan hautematearen den bilakaera	46
3.2. Urtaroen eragina turismo-industrian 2024. urtean	55
3.3. Turisten tipologia eta jatorria	62
3.4. Erabilitako merkataritzarako bideak eta azken aldaketak	66
4. Enpresa-eraldaketa eta prestakuntza-ekintzak turismo-industrian	73
4.1. Enpresa-eraldaketarako ekintzak eta ekimena	74
4.2. Enpresa-ehunaren premien identifikazioa	82
4.3. Turismo-industriak prestakuntza-ekintzetan eta premiak hautemateari dagokionez duen partaidetza	89
5. Asoziazionismoa eta erakunde eta entitateekin lankidetzak	98
5.1. Asoziazionismoa	99
5.2. Beste erakunde edo entitateekin lankidetzak	103

Aurkibidea

6. Turismo Industriaren Konfiantza Adierazlea (TIKA)	109
6.1. Egungo egoeraren adierazle partziala	112
6.2. Iguripenen gaineko adierazle partziala	118
6.3. Turismo Industriaren Konfiantza Adierazlea	124
7. Euskadiko turismo-industriaren bilakaerari dagokion ikuspegia	130
7.1. Azkenaldiko bilakaeraren gaineko pertzepzioa eta etorkizunera begirako ikuspegia	131
7.2. Turismoak fakturazioan duen garrantziaren bariozioari buruzko aurreikuspena merkatuen arabera	136
7.3. Turismoaren sektorerako identifikatutako balizko eraginak	144
8. Lankidetzak instituzionalak eta kudeaketaren balioespena	147
8.1. Institutuzioek emandako zerbitzuekiko lotura	149
8.2. Kudeaketa instituzionalaren balioespena	155
9. Azken gogoetak	160



1- Helburuak eta planteamendu metodologikoa



1.1. Helburu orokorrak

1.1. Helburu orokorrak

Turismo-industriak sendotasuna lortu du Euskadiko ekonomiarako funtsezko motor gisa, aberastasuna eta enplegua sortzeko bere gaitasunagatik ez ezik, lurraldearen egituraketan betetzen duen zereginagatik, ondarea balioestegatik eta tokiko enpresa-ehuna dinamizatzegatik. Bere zeharkako izaerak hainbat sektore eta eragile elkarlotzen ditu. Horren ondorioz, turismoa jarduera estrategikoa da Euskadiren garapen jasangarriari begira.

Testuinguru horretan, ezinbestekoa da turismo-industriaren profilaren gaineko diagnosi zehatza eta eguneratua izatea, eta horren barruan, turismoarekin zuzenean lotutako jarduera-sektoreena, esate baterako, alojamenduen sektorearena, bidaia-agentzia eta turismo-operadoreena eta turismo-gidariena.

Ikerketa hori egiteari esker, sektoreak egun zer egoera duen jakiteaz gain, joerak aurrean daitezke, hobekuntzarako abaguneak identifika daitezke eta erabakiak hartzeko garaian orientazio bat eduki daiteke, eremu publiko zein pribatuan. Industriaren barneko dinamikak, bere erronkak eta indarguneak, zein abian diren eraldaketak, ulertzeko premiak Euskal Estatistikako 2023-2026 Planari dagokion inkesta hau bultzatzea justifikatzen du, zeinaren izena “Turismo-industriaren profila” baita estatistika ofizialeko jardunbidean.

Enfokatur Euskadiko Turismo Behatokiak (Basquetour) Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saileko Estatistika Organoaren koordinazioarekin, hartutako ikuspegiak egiturazko adierazleak eta pertzepziokoak uztartzen ditu, sektorearen gaineko ikuspegi osoko bat eskainiz hainbat dimentsiorik buruz, horien artean:

- Turismo-industriaren ezaugarriak: jarduera-sektore nagusia, zerbitzu gehigarriak ematea, forma juridikoa, antzintasuna, enplegua...
- Turismoaren garrantziak aurreko ekitaldien ekonomia-jardueran izandako eragina, eta 2025era begirako aurreikuspena.
- Urtaroen eragina Euskadiko turismo-industriaren jardunean.
- Turisten tipologia eta merkatu nagusiak.
- Erabilitako merkataritzarako bideak eta azken aldaketak
- Turismo-industriak enpresa-eraldaketarako gauzatutako ekintzak.

- Prestakuntza-ekintzetan parte hartzea, eta hautemandako premiak.
- Asoziazionismoa eta erakunde eta entitateekin lankidetzak
- Turismo Industriaren Konfiantza Adierazlea (TIKA).
- Azkenaldiko bilakaerari buruzko pertzepzioa eta etorkizunera begirako ikuspegia hiru adierazleren arabera; plantilla, bezeroak eta fakturazioa.
- Turismoak fakturazioan duen garrantziaren bariazioari buruzko aurreikuspena merkatuen arabera.
- Turismoaren sektorerako identifikatutako balizko eraginak.
- Eta, lankidetzak instituzionalak; emanadko zerbitzuak eta instituzioen paperaren gaineko balorazioa.



1.2. Planteamendu metodologikoa eta inkestaren fitxa teknikoa

1.2. Planteamendu metodologikoa eta inkestaren fitxa teknikoa

Turismo-industriaren profilaren ikerketari ekiteko, Enfokatur Euskadiko Turismo Behatokiak (Basquetour) Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saileko Estatistika Organoaren koordinazioarekin, turismoaren sektorearekin gehien lotzen diren ekonomia-jarduerak hautatu ditu, zehazki hainbat talde edo sektore, esate baterako, alojamenduarena, bidaia-agentzia eta turismo-operadoreena eta, turismo-gidariena. Horrela, Euskadin unibertsoa konfiguratzeko prozesu bat burutu du hiru iturri ofizialetatik hartutako datuak uztartuz:

- Eustat (Euskal Estatistika Erakundea) erakundearen ekonomia-jardueren Direktorioa, DirAE, EJSN sailkapenaren arabera
- Euskadiko Turismo Enpresen eta Jardueren Erregistroa (ETEJE). Euskadin turismoarekin zerikusia duten enpresak eta jarduerak erregistratzeko datu-basea.
- Eta, Basquetour behatokiaren CRM softwarea.

Inkestaren fitxa teknikoa

➔ Publiko xedea



Turismo-industriaren profila estatistika-jardunaren publiko xedea Euskal Autonomia Erkidegoan lekutzen diren jarduera-sektore hauetako ekonomia-jarduerak osatzen dute: alojamenduen sektorea, bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak, eta turismo-gidariak.

➔ Azterlanaren esparrua



Estatistikak-jardunaren esparrua Enfokatur Euskadiko Turismo Behatokiak (Basquetour) ezarri du, Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Saileko Estatistika Organoaren koordinazioarekin, hiru iturri ofizial uztartuta; DirAE, ETEJE eta Basquetour behatokiaren CRM softwarea. Uztardura horri esker, jarduera-sektore hauetako 2.788 ekonomia-jardueraz osatutako hasierako unibertso bat egituratu da:

- ✓ Alojamenduak: 1.794 ekonomia-jarduera
- ✓ Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak: 651 ekonomia-jarduera
- ✓ Turismo-gidak: 343 ekonomia-jarduera

➔ Landa-lanaren, laginaren eta estatistika-errorearen diseinua



Behin laginaren oinarria lortuta, gutun bat igorri zen ekonomia-jarduera guztietara, estatistika-jarduna abian ipini zela jakinaraziz. Laginketa-metodoa zentzu erakoa izan da, estatistikan, xede-populazio osoari buruzko informazioa biltzeko erabiltzen dena; hau da, analizatu nahi den multzoa osatzen duten elementu edo unitate guztiei buruzko informazioa biltzekoa. Era berean, iturri ofizialak uztartzeko aurretik egindako ariketaren ezaugarriak atera eta eguneratzeko aukera ematen du.

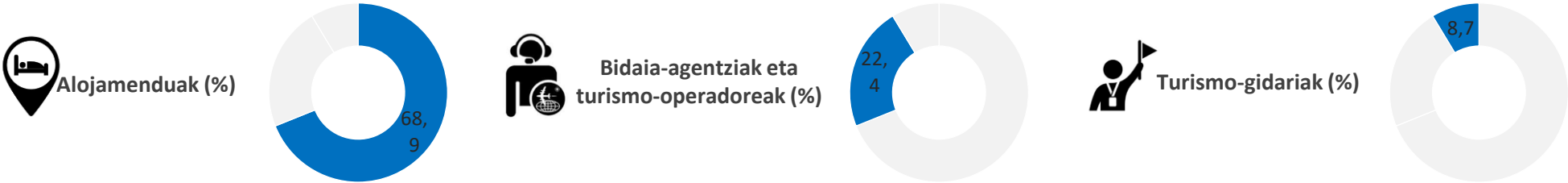
Landa-lana burutzeko laginketan CAWI (*Computer Aided Web Interview*) eta CATI (*Computer Aided Telephone Interview*) metodologiak uztartu dira, eta Lanalden S.A. Enpresak egin du.

Azkenik, turismo-industriaren ekonomia-jardueren gaineko 1.834 elkarrizketako lagin bat lortu da. Horrek $e = \% \pm 1,2$ ko errore-marjina suposatzen du ($\% 95,5$ eko konfiantza-maila baterako, $2 \leq \mu$ -rekiko, izanik $p=q=0,5$).

Egindako laginaren egitura

Jarraian, egindako laginketaren emaitza erakusten da, estratifikazio-aldagaiaren arabera:

		JOMUGA TURISTIKOA												GUZTIRA	
		Gasteiz		Bilbo		Donostia		Euskal kostaldea		Barnealdea		Arabar Errioxa			
		Kop	%	Kop	%	Kop	%	Kop	%	Kop	%	Kop	%	Kop	%
JARDUERA MOTA	Alojamenduak	52	44,1%	142	55,5%	209	67,2%	330	76,7%	484	73,0%	47	83,9%	1264	68,9%
	Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak	44	37,3%	85	33,2%	65	20,9%	76	17,7%	135	20,4%	6	10,7%	411	22,4%
	Turismo-gidariak	22	18,6%	29	11,3%	37	11,9%	24	5,6%	44	6,6%	3	5,4%	159	8,7%
GUZTIRA		118	100,0%	256	100,0%	311	100,0%	430	100,0%	663	100,0%	56	100,0%	1834	100,0%



Noiz egin den



“Turismo-industriaren profila” estatistika-jarduera ofizialaren landa-lana 2025eko otsailaren 11 eta martxoaren 24 bitartean egin zen.



2- Erreferentziazko esparrua: Euskadiko turismo-industriaren ezaugarriak

2- Erreferentziazko esparrua: Euskadiko turismo-industriaren ezaugarriak

Turismo-industria bilbadura anitz eta dinamiko gisa egituratzen da, enpresaren alorreko hainbat sektore eta jarduera barne hartzen dituen, Euskadi osoko jomuga turistikoaren eskaintza ardaztuz. Inkestan parte hartzen duten jarduera guztiak bidaiarien premiak eta iguripenak, lurralde barnean zein kanpoan, asebetetze dute xede. Eragile horien artean daude alojamenduen sektorea, bidaia-agentziak eta turismo-operadoreen multzoa, eta baita turismo-gidariak ere.

Epigrafe honetan turismo-industria osatzen duten enpresen tipologia eta funtsezko ezaugarriak aztertzea proposatzen da, bere jarduera-multzo ezberdinetan, bere egitura zein den, industrian, oro har, zer garrantzia duen eta berau definitzen duten ezaugarriak zein diren ulertzeko xedez.



2.1. Jardueren deskribapena tipologiaren arabera

2.1.- Jardueren deskribapena tipologiaren arabera

2.1.1. Alojamendua multzoko jardueren deskribapena (kop=1.268)

Alojamenduaren sektorea turismo-industriaren funtsezko zutabeetako bat da, bisitariak jomugan egonaldia egiteko funtsezko euskarria eskaintzen baitu. Enpresa-taldea tipologia anitzek osatzen dute, besteak beste, hotelak eta pentsioak, eta baita landa-ingurunearekin lotutako formulak ere, besteak beste, nekazaritza-turismo eta landetxeak. Jarraian, egindako langinaren deskribapen orokorra eskaintzen da:

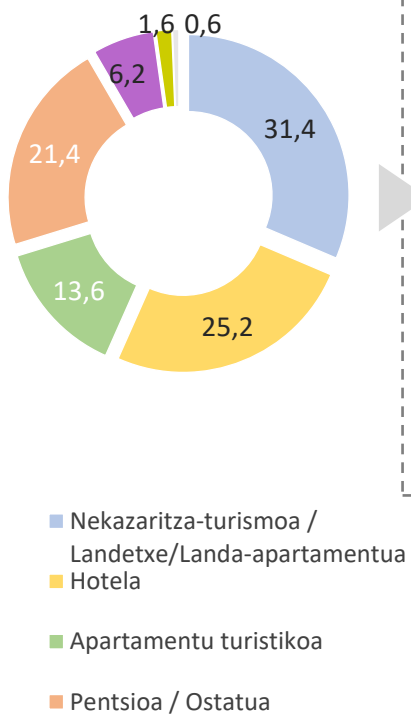
- Jardueren % 31,4 landa-inguruneko alojamenduarekin lotzen dira, modalitate ezberdinetan. Horien artean, landetxeek dute garrantzirik handiena, portzentaje osoaren % 19,6 batekin. Bestalde, % 11,6 nekazaritza-turismoko ostatuak dira, eta % 0,2 Landa erako Apartamentu kategorian sartzen dira.
- Beste multzo adierazgarri bat estatistika-jardunean parte hartu duten hotelen portzentajea da, % 25,2koa. Azpisektore horretan daude lehen mailako edo izar bakarreko hotelekin (% 6,2) hasi eta bost izarreko hoteletara (% 0,7) artekoak.
- Turismo-apartamentuek % 13,6ko portzentajea dute laginean.
- Multzoaren % 21,4 pentsiok eta ostatuak osatzen dute.
- % 6,2 turismo-aterpetxeekin lotzen da, eta % 1,6 campingekin.
- Orobat, turismo-jarduera izan duten beste alojamendu mota batzuk ere jaso dira, esate baterako, udan edo une jakin batzuetan bisitarientzako ostatu modura ateak irekitzen dituzten egoitzak edo ikastetxe nagusiak. Era berean, besterik kategorian, karabanen aparkalekuetarako espazioak kudeatzeko jarduerak sartzen dira.

Euskadin alojamenduarekin lotutako ekonomia-jarduera horietan, gainera, beste zerbitzu zenbait ematen dira, hurrengo orrialdean zehazten den eran. Horien artean, % 27,3k ostalaritza-zerbitzuak ere ematen ditu, jatetxe-eskaintza barne, izan tabernak, kafetegiak edo jatetxeak. Bestalde, Euskadin alojamenduen % 15,4k beren bezeroentzat erreserba-zerbitzuak ere eskaintzen ditu. % 8,5k, gainera ekitaldiak antolatzen ditu. Hein txikiagoan bada ere, beste zenbait zerbitzu gehigarri aipatu dira, esate baterako, aretoen alokairua, bainuetxe, spa edo talasoterapia zerbitzua edo alojamendua hartzen duen inguruneko leku erakargarrietara bisita gidatuak egitea.

2.1.1. Alojamiento multzoko jardueren deskribapena (kop=1.268)

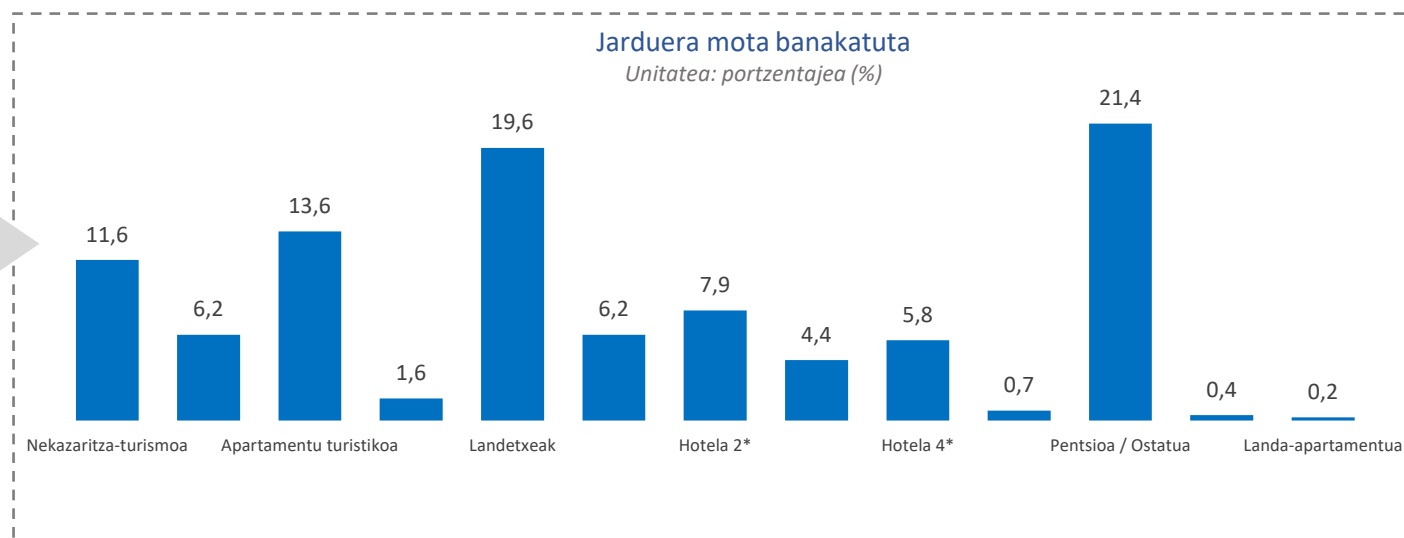
2.1. grafikoa. Jarduera nagusi mota

Unitatea: portzentajea (%)



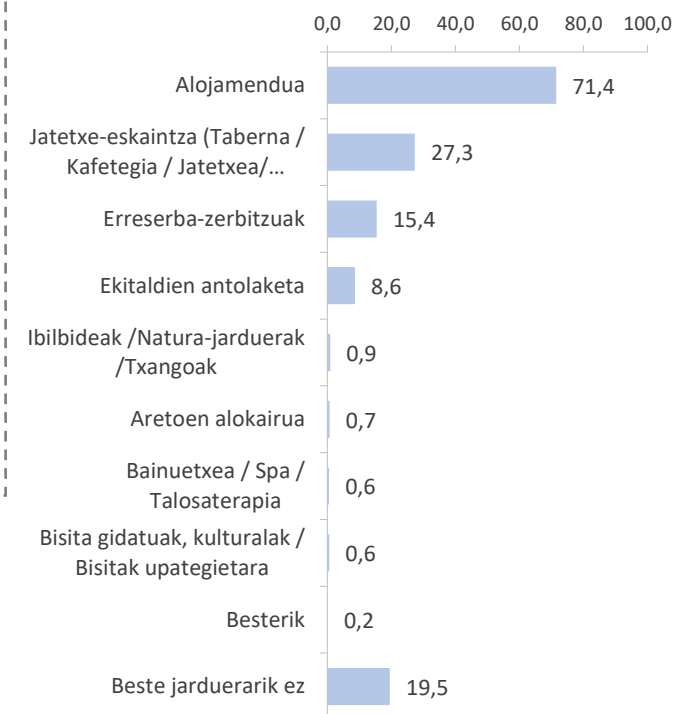
Jarduera mota banakatuta

Unitatea: portzentajea (%)



2.2. grafikoa. Emandako beste zenbait zerbitzu

Unitatea: portzentajea (%)



2.1.2. Bidaia Agentziak multzoko jardueren deskribapena (kop=411)

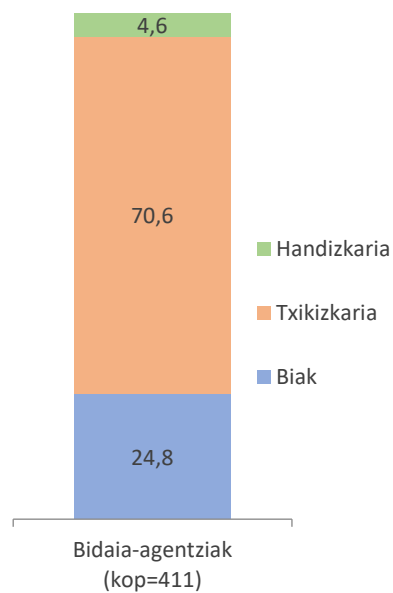
Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak aztertzeke kategoriari dagokionez, inkestan parte hartu duen lagina homogeneoagoa da. Dena den, zenbait ezaugarri nabarmendu behar dira:

- Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen % 70,6 txikizkako salmentan aritzen dira. Esklusiboki handizkako salmentan aritzen den enpresen multzoa oso txikia da (% 4,6); haatik, lau enpresatik batek (% 24,8) salmenta bi modutara egiten du.
- Parte hartu duten enpresen edo jardueren erdia baino gehiago modu independentean kudeatzen dira. Halere, frankizia baten mendeko agentzien presentzia esanguratsua da (% 39,2).
- Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen % 62,5 turismo igorlean aritzen da, eta % 16,1 turismo hartzailean. Bestalde, parte hartu duten enpresen % 21,4k bi aukerak uztartzen ditu.
- Emandako zerbitzuei dagokienez, % 25,5ak erreserba-zerbitzuak aipatzen ditu, hori izanik lehenesten den aukera. Garrantziari dagokionez, ondoren, ekitaldien antolaketa kokatzen da (% 15,1). Eta nagusi horiekin batera, beste zerbitzu batzuk ere aipatzen dira: jatetxe-eskaintzak, bisita kulturalak edo txangoak antolatzea, paketeria-zerbitzuak, aseguruaren kontratazioa edo moneta aldatzeko zerbitzuak.

2.1.2. Bidaia Agentziak multzoko jardueren deskribapena (kop=411)

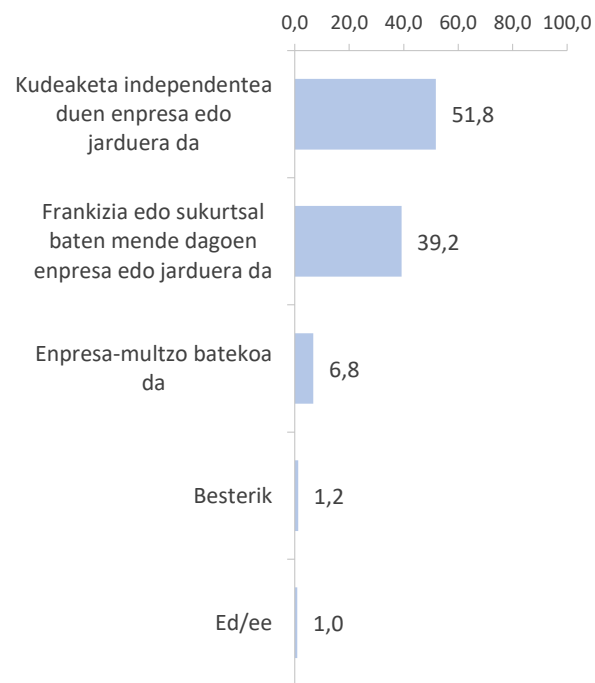
2.3. grafikoa. Salmenta mota

Unitatea: portzentajea (%)



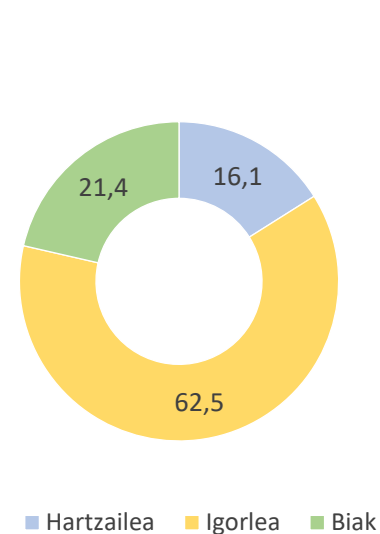
2.4. grafikoa. Enpresa mota

Unitatea: portzentajea (%)



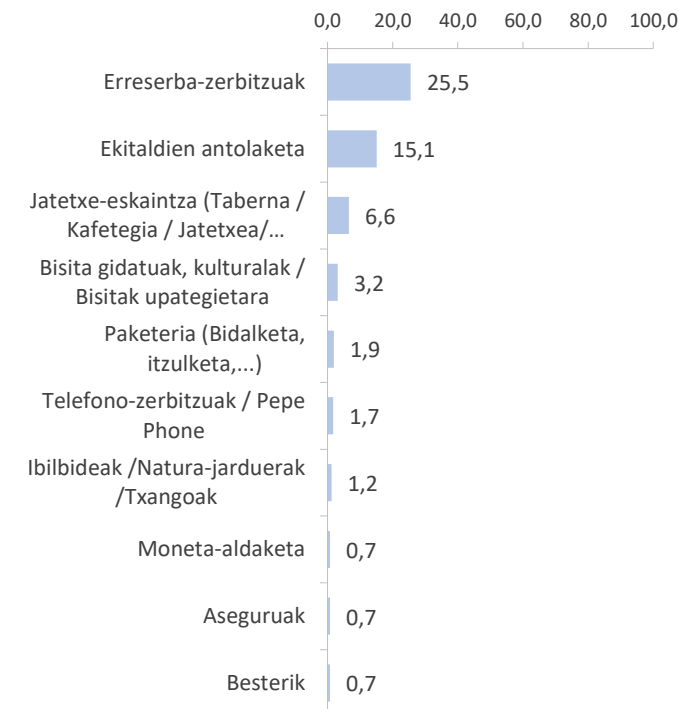
2.5. grafikoa. Turismorako zerbitzu mota

Unitatea: portzentajea (%)



2.6. grafikoa. Emandako beste zenbait zerbitzu

Unitatea: portzentajea (%)



2.1.3. Turismo-gidariak multzoko jardueren deskribapena (kop=159)

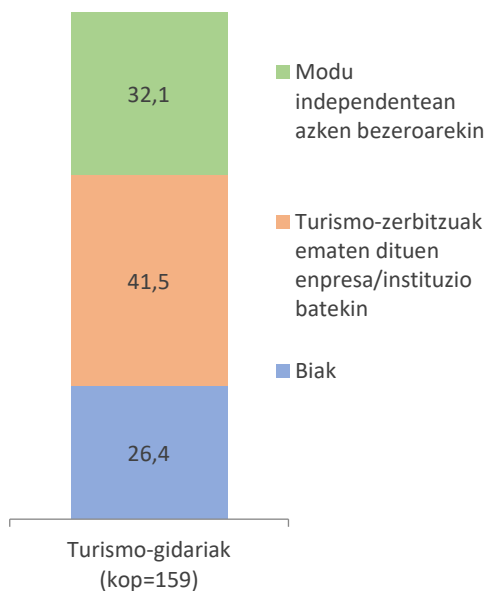
Azkenik, inkestan parte hartu duen turismo-gidarien jarduerak honako profil hau du:

- Elkarriketa egin duten gidarien % 41,5ek beren jarduera zerbitzua ematen dioten enpresa edo erakunde batekin lankidetzan egiten dute. Bestalde, % 32,1ak modu independentean jarduten du, eskaintza zuzenean azken bezeroari eginez. % 26,4k bi aukerak uztartzen ditu.
- Turismo-gidari gehienak gaituta daude EAEko Euskal Kultura Ondarearen Erregistroan edo Babestutako Kultura Ondasunen Erregistroan inskribatutako ondasun higiezinen barruan zerbitzuak eskaintzeko, % 78,6k aipatzen duen bezala.
- Beren jardunean emandako zerbitzuei dagokienez, hamarretik zazpik gidari-zereginenez aparteko alternatibarik ez duela adierazten du, Gainerakoek, nagusiki, ekitaldien antolaketa, erreserba-zerbitzuak, bisita edo ibilaldien antolaketa eta naturan barneko jarduerak aipatzen ditu.

2.1.3. Turismo-gidariak multzoko jardueren deskribapena (kop=159)

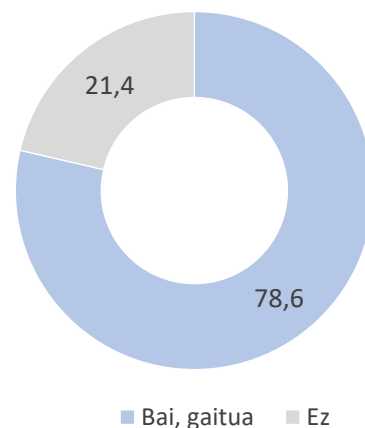
2.7. grafikoa. Jarduera emateko moduak:

Unitatea: portzentajea (%)



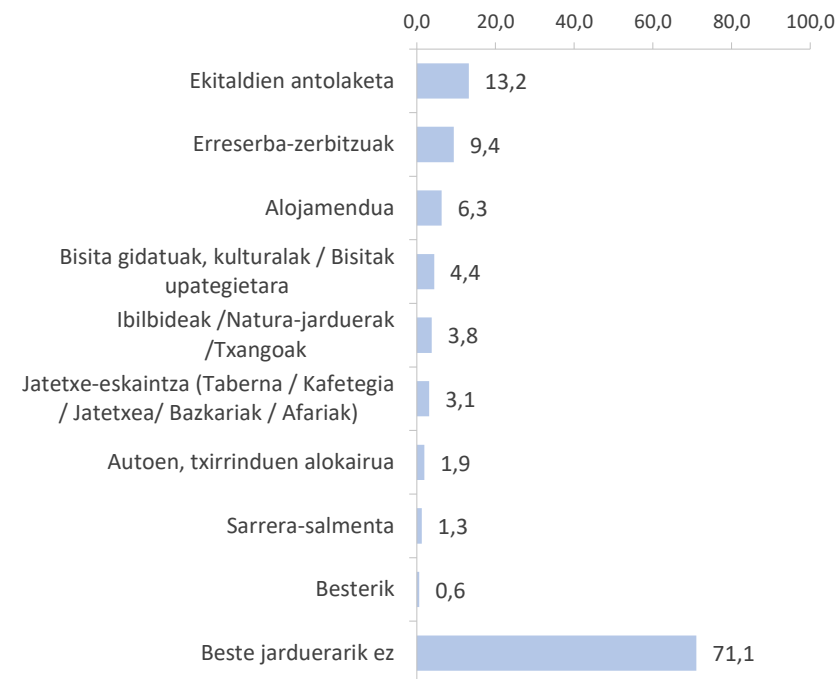
2.8. grafikoa. EAEko Euskal Kultura Ondarearen Erregistroan edo Babestutako Kultura Ondasunen Erregistroan inskribatutako ondasun higiezin barruan zerbitzuak eskaintzeko gaikuntza.

Unitatea: portzentajea (%)



2.9. grafikoa. Emandako beste zenbait zerbitzu

Unitatea: portzentajea (%)





2.2. Forma juridikoa

2.2.- Forma juridikoa

Euskadiko turismo-industriak askotariko forma juridikoak ditu, eta titulartasun fisiko edo juridiko gehiago edo gutxiago aurkitu daitezke jarduera nagusi motaren arabera. Oro har, enpresen edo jardueren % 60,1 forma juridiko batekin dago inskribatuta, hau da, *izaera juridikoaren* berezko konpainia baten betebeharrak eta eskubideekin. Bestalde, gainerako % 39,3ak *pertsona fisikoaren* berezko izaera du.

Atal honetan jarduera nagusi motaren arabera kontuan izateko aldeak daude. Horrela, alojamenduen kasuan, % 57,8a pertsona juridikoak dira, zehazki, gehien ageri dena Sozietate Mugatua da, guztiaren % 47,2k aipatzen duena. Bestalde, % 41,5 pertsona fisikoaren forma juridikoa hartzen duten enprekin etorriko litzateke bat.

Zehazkiago, alojamenduaren sektoreko tipologia anitzetan ere alde horiek ikus daitezke. Hoteletan, campingetan, turismo-aterpetxeetan eta apartamentu turistikoetan izaera juridikoko forma hartzen duten enpresak askoz ere gehiago dira, eta hori orekatuago dago pentsioen eta ostatuen kasuan. Bestalde, landetxeetan eta nekazaritza-turismoaren kasuan, titulartasun fisikoko enpresen presentzia handiagoa nabarmentzen da (% 73,0).

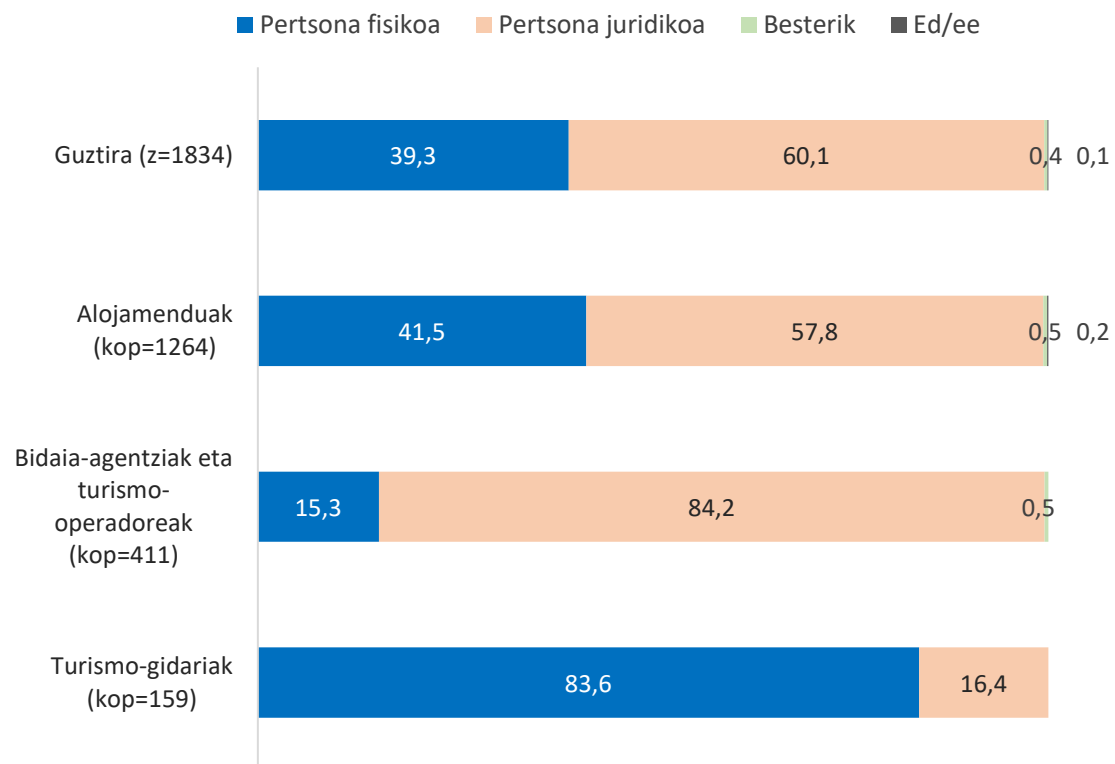
Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, titulartasun juridikoko jardueren presentzia modu adierazgarrian areagotzen da, hamarretik zortzik adierazten duten eran (% 84,2). Hain justu, jarduera-multzo horretan ageri dira Sozietate Anonimo modura eratutako enpresa gehien (% 25,1), nahiz eta Sozietate Mugatua izan ohikoena (% 47,7).

Azkenik, turismo-gidarien % 83,6 pertsona fisikoa da.

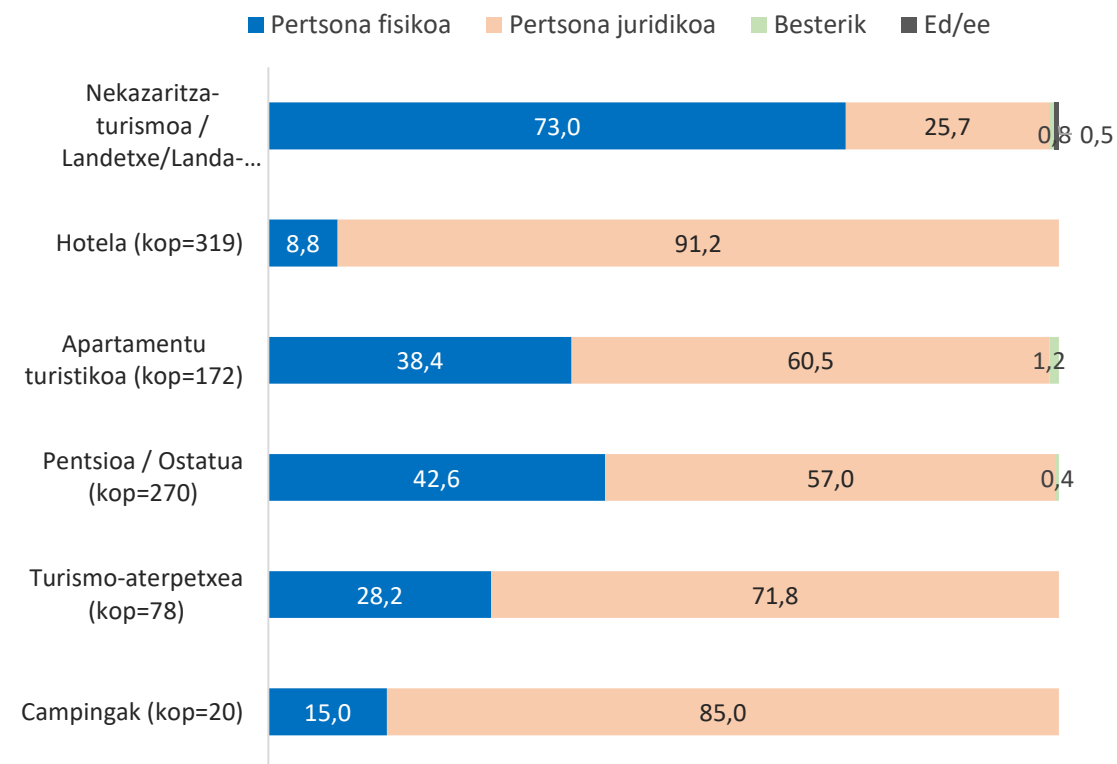
Euskadiko turismo-industria, lurraldez lurralde, Jomuga turistikoaren arabera aztertuta ikusten denez, pertsona fisikoko forma juridikoko jarduera edo enpresa gehiago dago Arabako Errioxan (% 51,8), Barnealdean (% 49,3) edo Euskal kostaldean (% 42,6). Aitzitik, hiru hiriburuetakoko jomugetan dauden Euskadiko turismo-industriako enpresa gehienek titulartasun juridikoko formularen alde egiten dute.

2.10. grafikoa. Turismo-industriako enpresen forma juridikoa jardura motaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



Zooma alojamenduaren sektorean tipologiaren arabera

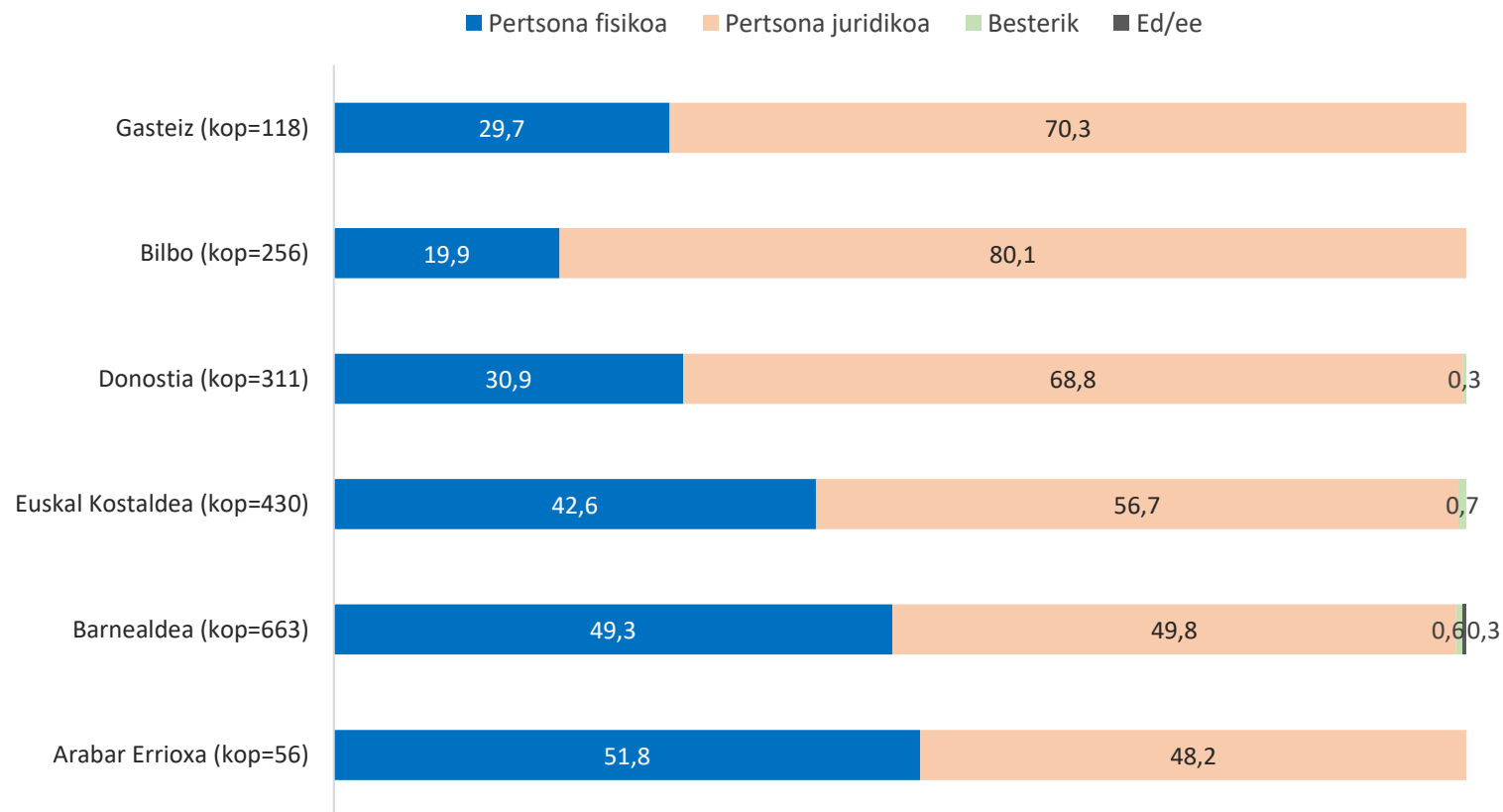


*2G Zer forma juridiko duzu?

Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

2.11. grafikoa. Turismo-industriako enpresen forma juridikoa jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)

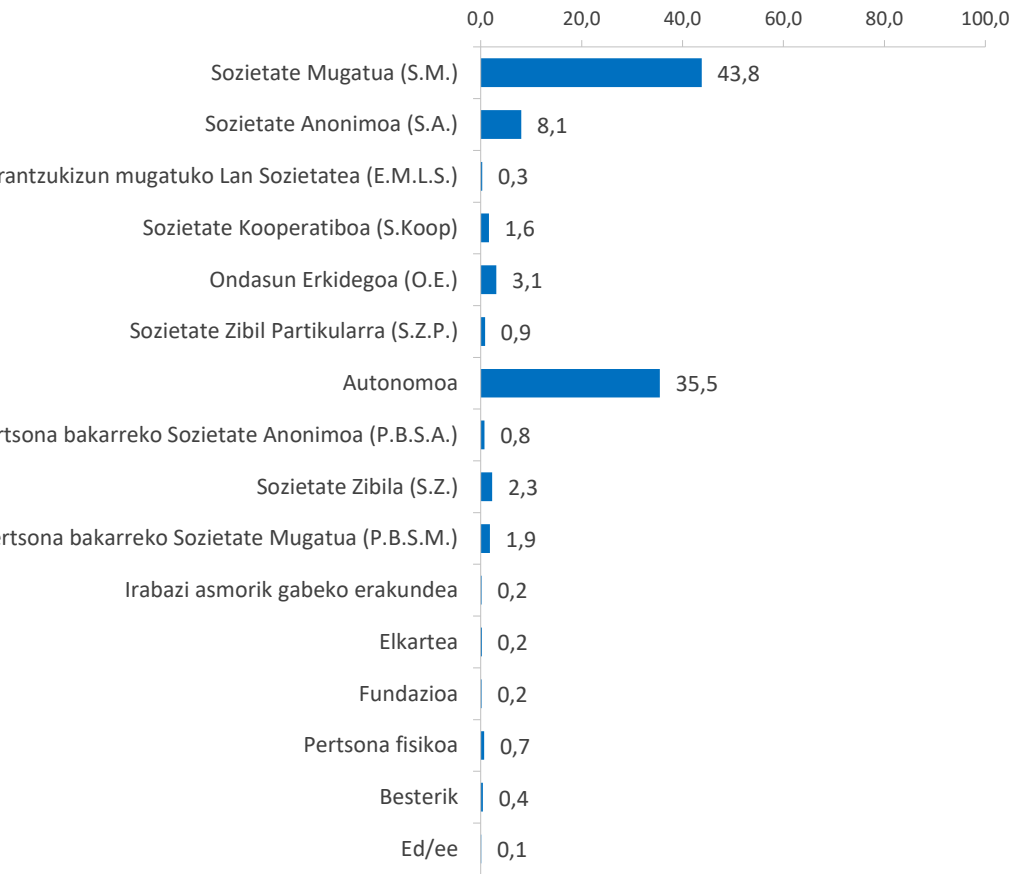


*2G Zer forma juridiko duzu?

Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

2.12. grafikoa. Turismo-industriako enpresen forma juridikoa jarduera motaren arabera, xehetasuna*

Unitatea: portzentajea (%)



	Jarduera mota		
	Alojamenduak (kop=1.264)	Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak (kop=411)	Turismo-gidariak (kop=159)
Sozietate Mugatua (S.M.)	47,2	47,7	6,3
Sozietate Anonimoa (S.A.)	3,4	25,1	1,3
Erantzukizun mugatuko Lan Sozietatea (E.M.L.S.)	--	0,5	2,5
Sozietate Kooperatiboa (S.Koop)	1,2	1,9	4,4
Ondasun Erkidegoa (O.E.)	4,3	0,7	--
Sozietate Zibil Partikularra (S.Z.P.)	1,1	0,5	--
Autonomoa	36,9	14,6	78,6
Pertsona bakarreko Sozietate Anonimoa (P.B.S.A.)	0,2	2,7	--
Sozietate Zibila (S.Z.)	2,7	1,9	--
Pertsona bakarreko Sozietate Mugatua (P.B.S.M.)	1,7	2,9	0,6
Irabazi asmorik gabeko erakundea	0,2	0,2	--
Elkartea	0,1	0,5	0,6
Fundazioa	0,1	0,2	0,6
Pertsona fisikoa	0,4	--	5,0
Besterik	0,5	0,5	--
Ed/ee	0,2	Forma juridiko nabarmena	--

*2G Zer forma juridiko duzu?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)



2.3. Antzinatasuna

2.3.- Antzinatasuna

Euskadiko turismo-industriaren antzinatasuna, batez beste, 16 urtekoa da. Enpresen % 32,0k 20 urtetik gorako ibilbide profesionala du, eta horri antzinatasun handi deritzo. % 44,3k 6-20 urte bitartean darama egoera aktiboan (antzinatasun ertaina), eta gainerako % 23,7a berriki sortutako jarduerak osatzen dute, pandemiaren garaian hasi zutenak ibilbidea, 2020. urtean, azken 5 urteotan.

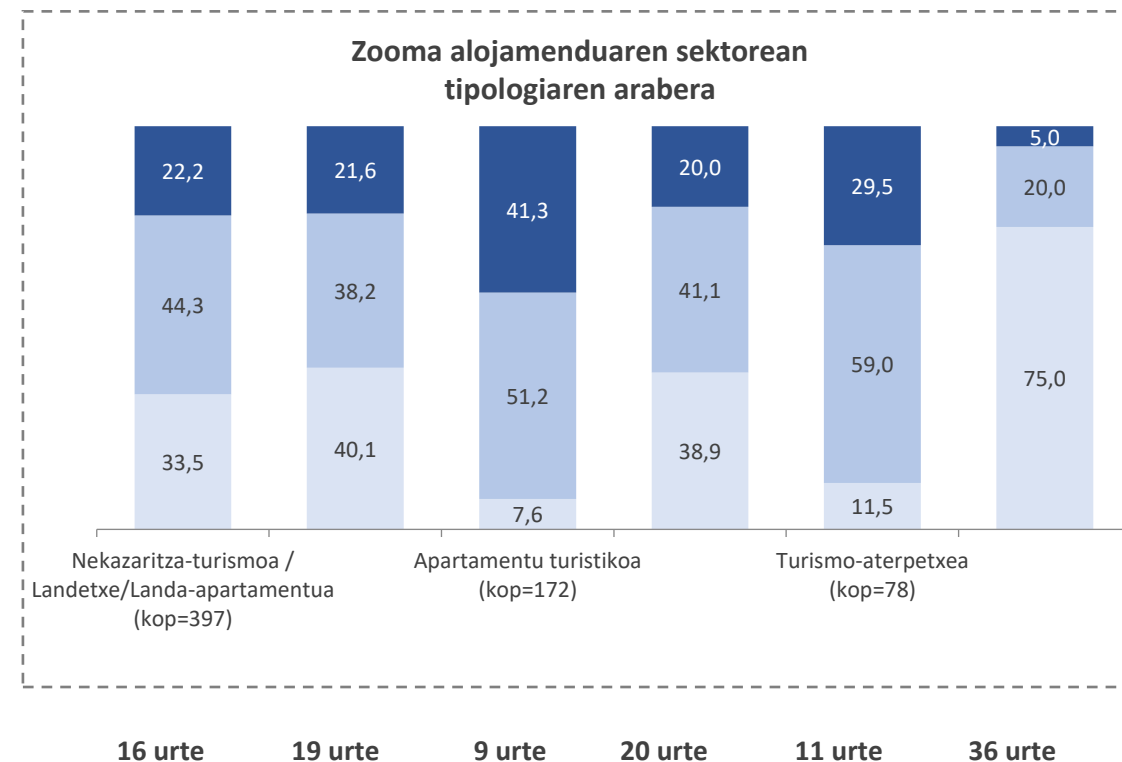
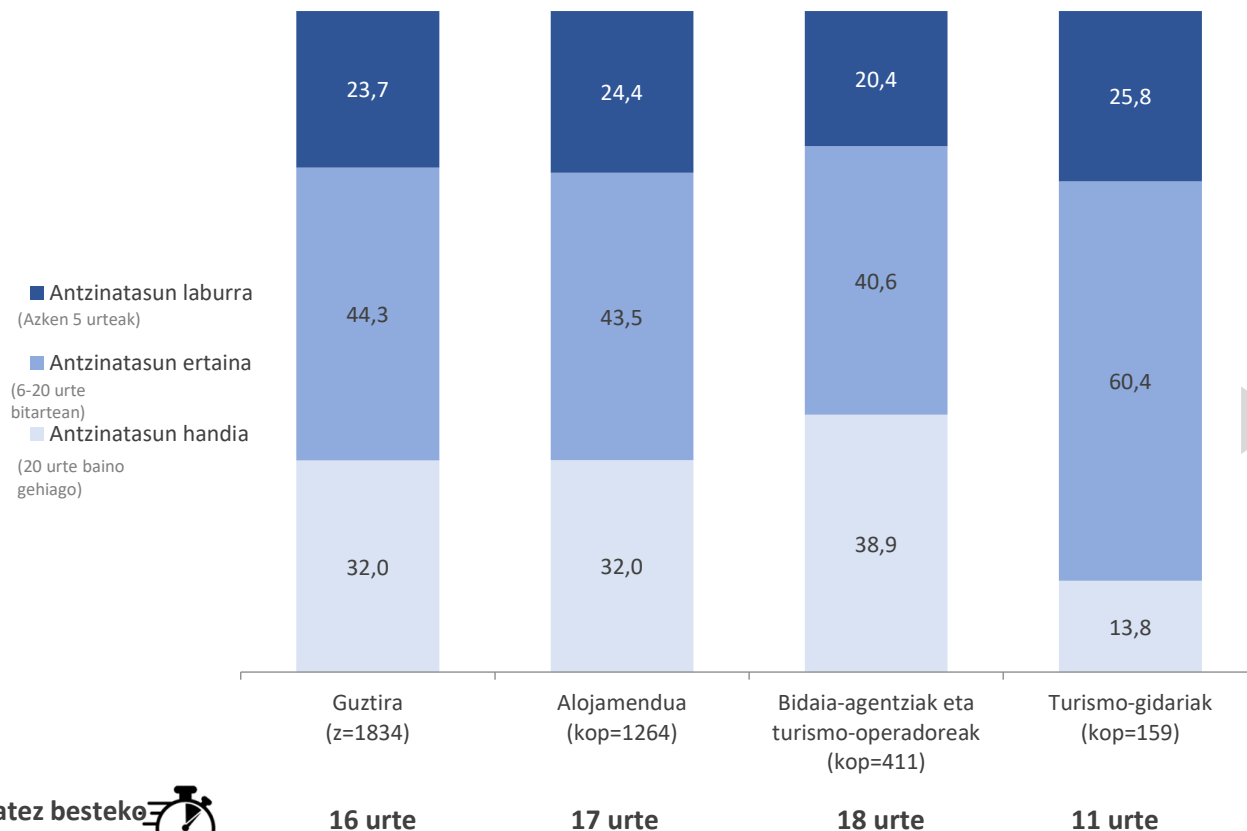
Industriaren batez besteko antzinatasuna aldatu egiten da jarduera motaren arabera. Ibilbide luzeagoa ikusten da Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen multzoan. Horien artean, kontsulta egindako hamar enpresatik lau inguruk antzinatasun handia du, batez beste, 18 urtekoa. Aitzitik, turismo-gidarien kasuan, 6-20 urte bitarteko ibilbide profesionala dute gehienek, % 60,4k dioten eran. Bi jarduera motetan 7 urteko aldea erakusten dute negozioaren batez besteko antzinatasunaren arrakalan. Bidaia-agentzien batez besteko antzinatasuna 18 urtekoa da eta turismo-gidariena 11 urtekoa.

Alojamenduaren sektoreari dagokionez, alojamendu motaren arabera aldea nabaria da, hurrengo grafikoan ikus daitekeen eran. Batez besteko antzinatasuna askoz ere handiagoa da camping kasuan, 36 urtekoa. Bigarren mailan daude pentsioak eta ostatuak, 20 urteko batez besteko antzinatasun batekin, eta baita hotelak ere, kategoria ezberdinetan, batez beste 19 urteko ibilbide batekin. Bestalde, landa-alojamenduaren multzoan, landetxeak zein nekazaritza-turismoak aintzat hartuz, ibilbidea ere luzea da, batez beste 16 urteko esperientzia batekin. Kontrako aldean, turismo-aterpetxeak eta, bereziki, apartamendu turistikoak dira antzinatasun txikiak duten alojamendu-kategoriak; 11 eta 9 urteko batez besteko batekin, hurrenez hurren.

Euskadiko turismo-industriaren antzinatasunari dagokionez, ez da aparte alderik ikusten jomugen arabera, Arabako Errioxaren kasua salbuetsita, enpresa-ehunaren garapena berriagoa dela agerian uzten duena. Jomuga turistiko horretan, enpresa-jardueren % 33,9k ibilbide laburragoa erakusten dute, pandemiaren urteaz geroztikoa.

2.13. grafikoa. Turismo-industriaren antzinatasuna jarduera motaren arabera*

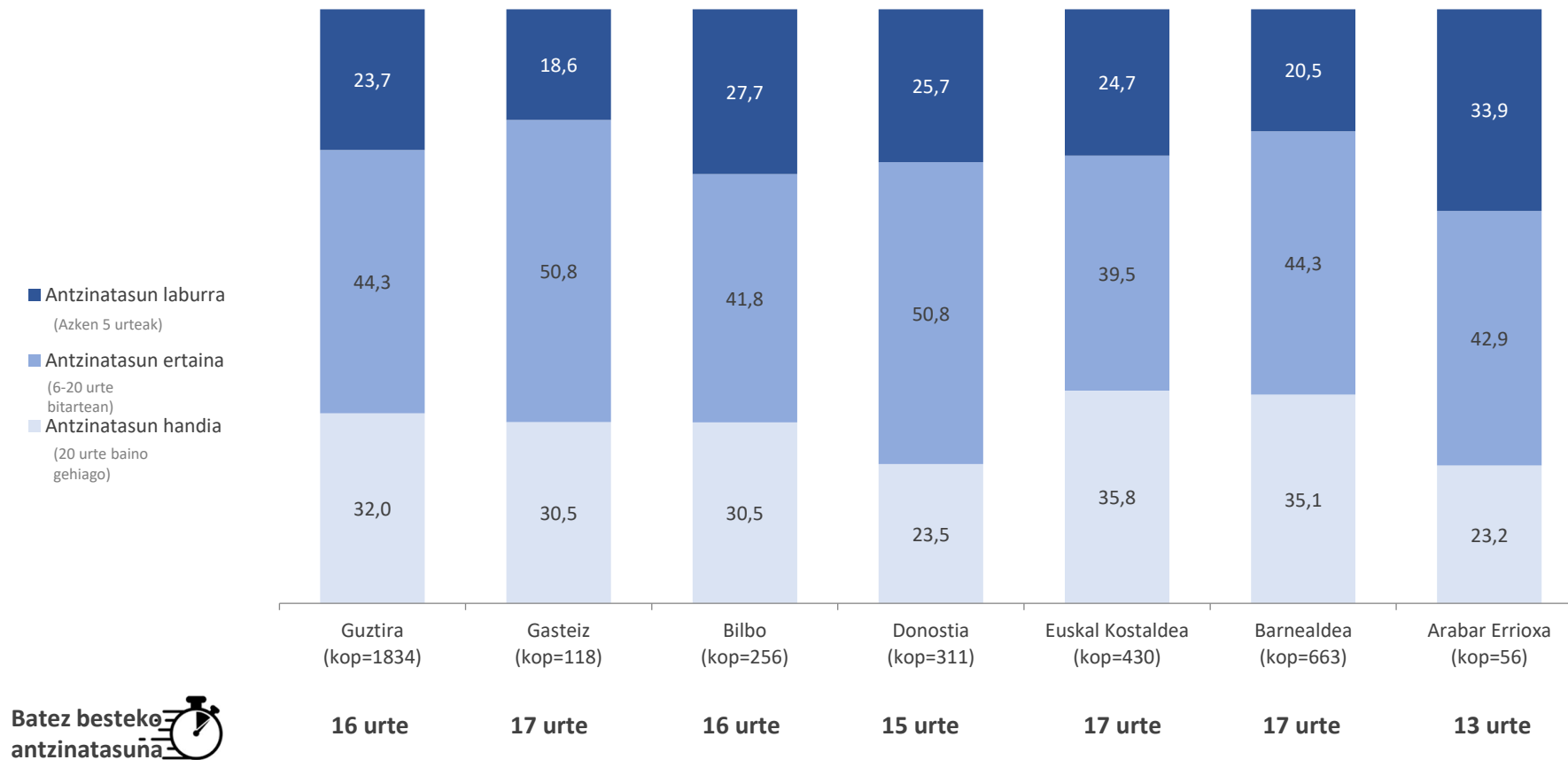
Unitatea: portzentajea (%)



*1G. Zer urtetan hasi duen ibilbidea negozio honek?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

2.14. grafikoa. Turismo-industriaren antzinatasuna jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



*1.G. Zer urtetan hasi duen ibilbidea negozio honek?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)



2.4. Enpleguaren ezaugarriak turismo-industrian

2.4.- Enpleguaren ezaugarriak turismo-industrian

Hurrengo orrialdeetan Euskadiko industria-turismoaren enpleguari heltzen zaio, hurrengo alderdi hauek identifikatuz langile bat baino gehiago duten enpresen kasuan:

- Enpleguaren banaketa gizonen eta emakumeen artean.
- Enpleguaren banaketa langileen adin-tarte ezberdinen arabera.
- Enpleguaren banaketa ekonomia-jardueran burututako zereginen arabera.
- Enpleguaren banaketa langileen prestakuntza mailaren arabera.

Hori guztiori, turismoarekin lotutako ekonomia-jardueren enpleguaren profilean sakontzeko xedez.

2.4.1.- Kide bakarreko negozio-tasa

Euskadiko turismo-industrian, oro har, pertsona bat baino gehiago ari da lanean ekonomia-jarduerako. Zehazki, jardueren % 59,7an langile bat baino gehiago ari da lanean, eta pertsona bakarreko negozioen portzentajea, hots, langile bakarra dutenena, % 40,3koa da.

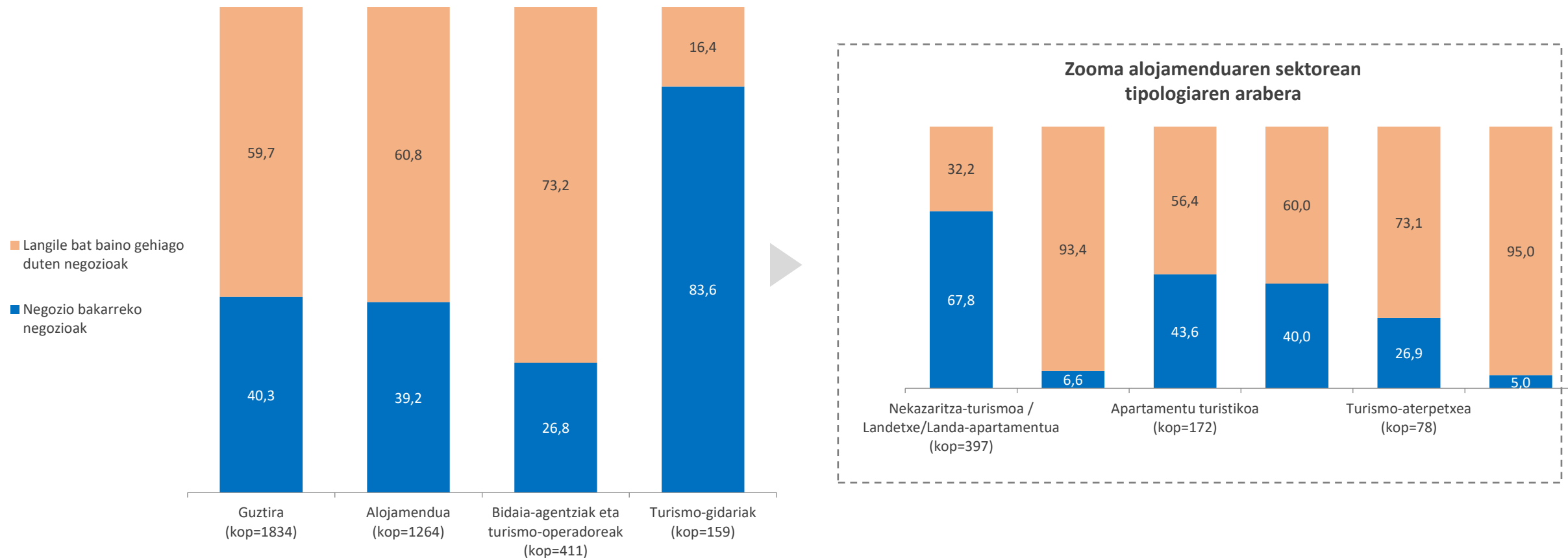
Alojamenduaren eta bidaia-agentzia eta turismo-operadoreen sektorearen kasuan, pertsona bakarreko negozioen proportzioa hamarretik laukoa eta ia hirukoa da, hurrenez hurren, eta gehiengoak langile gehiago erabiltzen ditu. Ez da hori turismo-gidarien kasua, izan ere, pertsona bakarreko negozioak dira % 83,6.

Alojamenduen multzoaren barruan ere alde adierazgarriak azpimarratu ditzakegu. Pertsona bakarreko negozioak gehiengoa dira landa-eremuan jarduten duten alojamenduaren profilari so (% 67,8). Halaber, halako negozioak ageri dira, neurri txikiagoan bada ere, apartamentu turistikoetan eta pentsio eta ostatu kategorian. Aitzitik, hotelei eta campingei dagokienez, pertsona bakarreko negozioen presentziak nabarmen egiten du behera, eta horietan plantillak handiagoak dira, eta langile kopurua ere handiagoa da.

Industriaren forma juridikoarekiko korrelazio argi batekin, pertsona bakarreko negozioek gora egin dute proportzioan landa izaerako jomuga turistikoen kasuan, esate baterako, Euskal kostaldean, Barnealdean edo Arabako Errioxan, Euskadiko hiru hiriburuek eratzen duten hiri izaerako jomugarekin alderatuz.

2.15. grafikoa. Turismo-industriaren enpleguaren tipologia jardura motaren arabera*

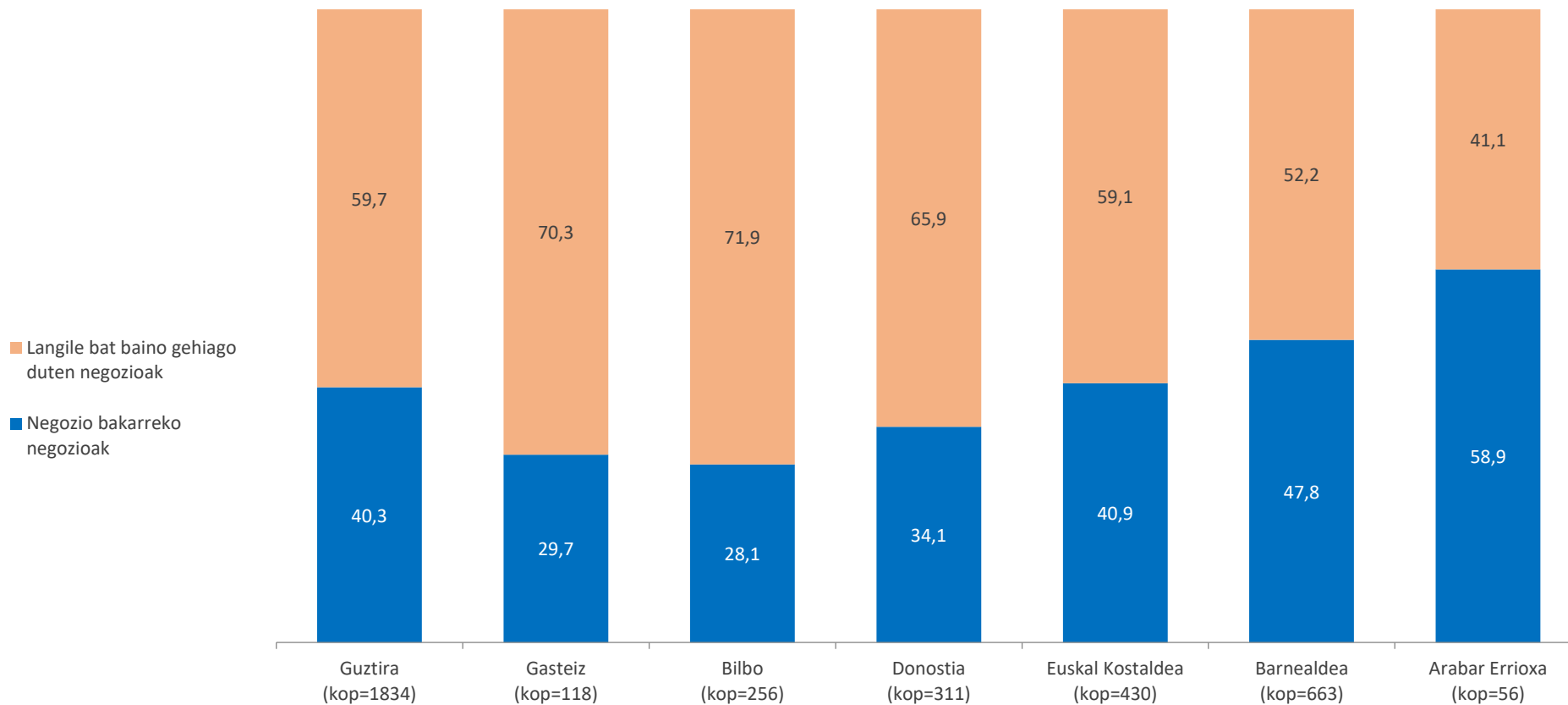
Unitatea: portzentajea (%)



*3G. Zenbat negoziok egiten dute lan gaur egun jardura edo negozio honetan?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

2.16. grafikoa. Turismo-industriaren enpleguaren tipologia jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



*3G. Zenbat negoziok egiten dute lan gaur egun jardura edo negozio honetan?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

2.4.2.- Enpleguaren banaketa sexuaren arabera

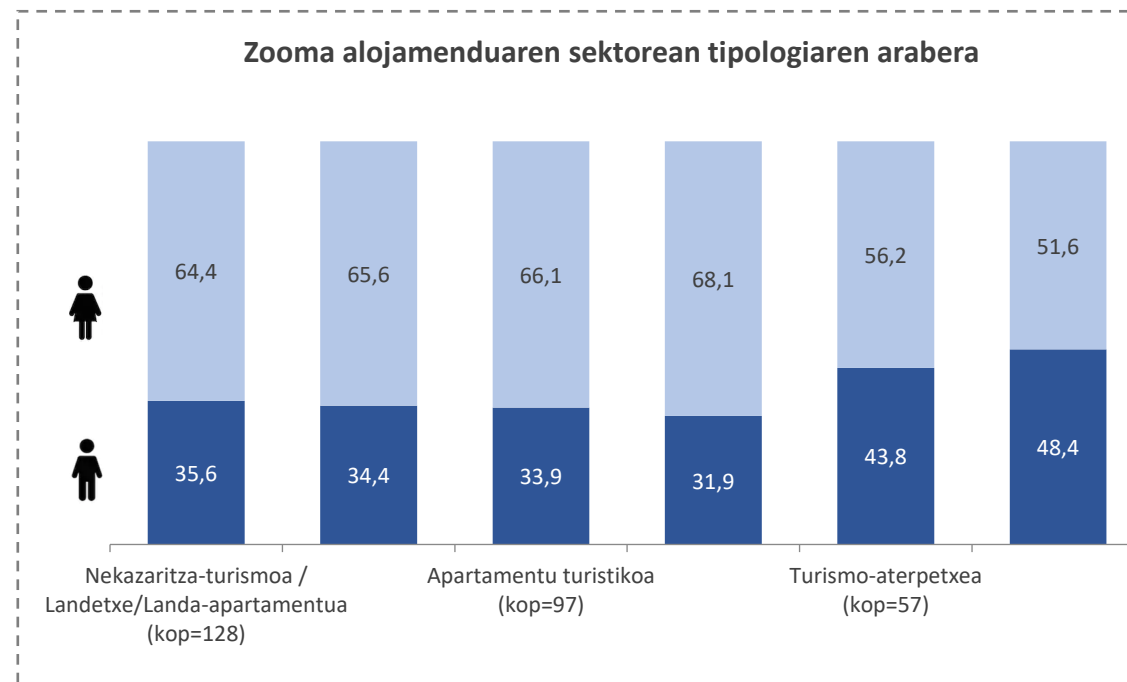
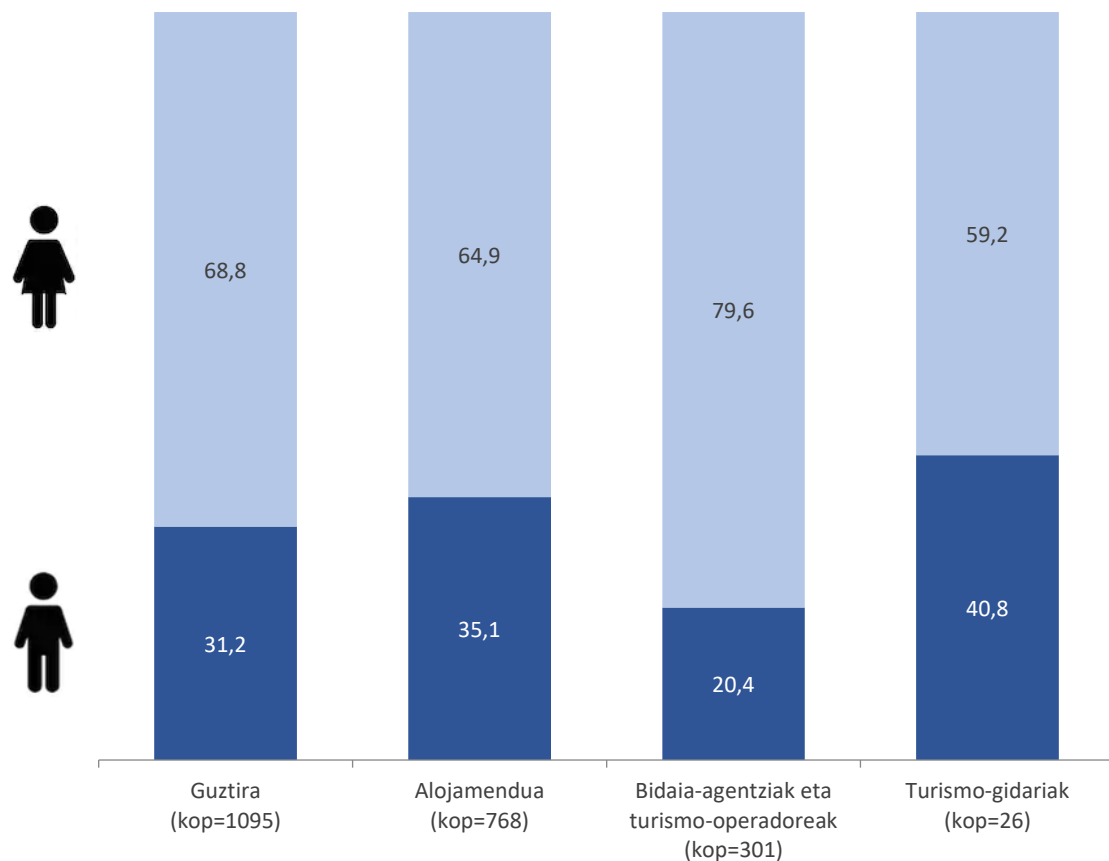
Hurrengo grafikoetan ikus daitekeen eran, Euskadiko turismo-industriaren enpleguan emakumeak dira gehiengoa. Langile bat baino gehiago duten establezimendu edo ekonomia-jardueren enpleguaren % 68,8 emakumeek betetzen dute, eta gainerako % 31,2a gizonen kolektiboak. Emakumeak diren langileen presentzia handiagoa da bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, izan ere, horietan langileen % 79,6 emakumeak dira.

Turismo-gidarien kasuan gizonen eta emakumeen arteko presentzia orekatuagoa da, betiere, langile bat baino gehiagoko jardueri begira.

Orain alojamenduaren sektoreari erreparatuz, enplegatuta daudenen artean emakumeak gehiengoa dira alojamendu mota guztietan. Dena den, turismo-aterpetxeen eta campingen kasuan, bi sexuen arteko proportzioa ekitatiboagoa da.

2.17. grafikoa. Enpleguaren banaketa sexuaren arabera turismo-industrian jardueratutako*

Unitatea: portzentajea (%)



*4G. Jarduera horretan enplegatutako pertsona guztien proportzioa % 100 dela kontuan izanik, zer banaketa proportzional dago gizonen eta emakumeen artean?

Oinarria: Langile bat baino gehiago duten ekonomia-jarduerak guztira (kop=1095)

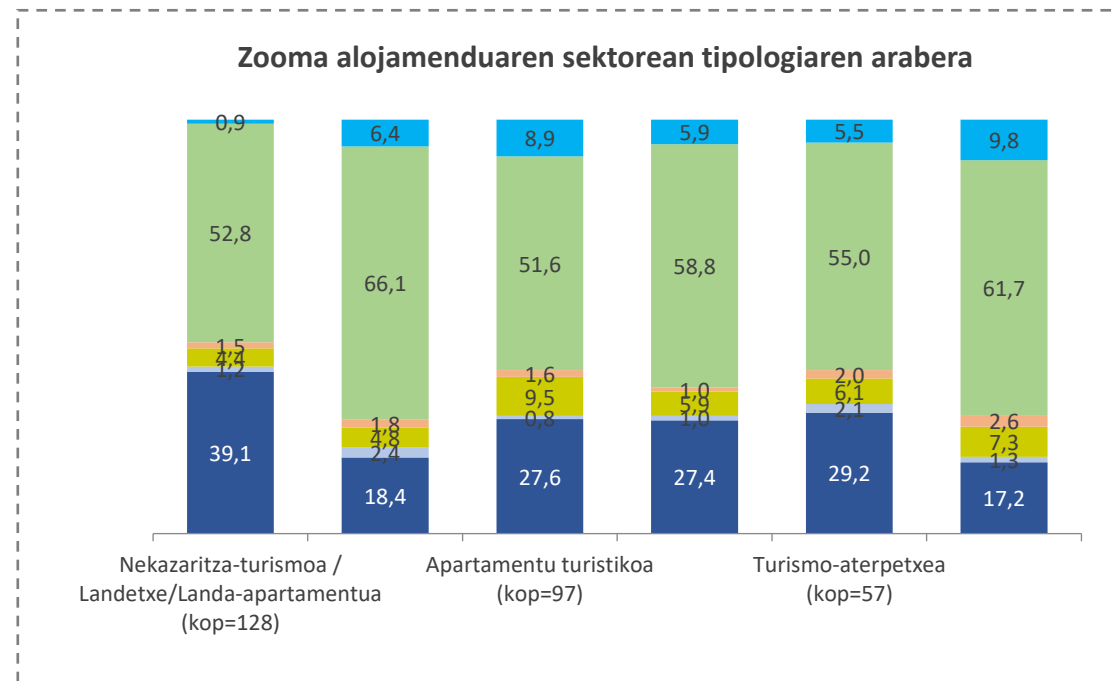
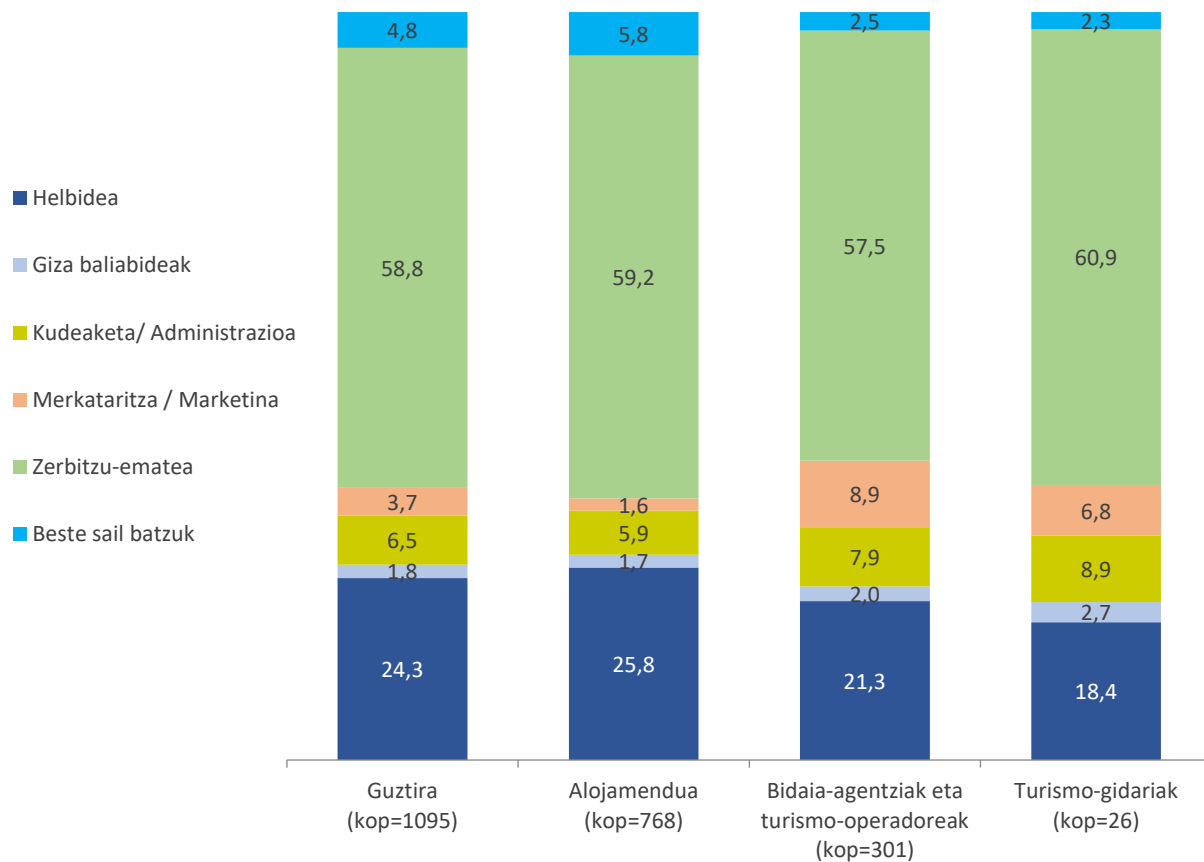
2.4.3.- Enpleguaren funtzioak turismo-industrian

Euskadiko turismo-industriaren enpleguak pertsona bakarrekoak ez diren jardueretan betetzen dituen funtzioei dagokienez, nabarmentzekoa da zerbitzua emateko eremua, enpleguaren % 58,8 hartzen baitu, eta hor dago langile gehien. Horren ostean dago zuzendaritza-lanetan dauden langileena, sektoreko enpleguaren % 24,3 hartuz. Kudeaketa edo administrazio arloak enpleguaren % 6,5 hartzen du, % 3,7k merkataritza eta marketin arloko zereginak betetzen ditu, eta enpleguaren % 1,8 giza baliabideetako funtzioekin lotuta dago. Azkenik, enpleguaren % 4,8 beste sail batzuekin dago lotuta.

Turismo-industriaren jarduera-multzo ezberdinei erreparatuz ikus dezakegunez, enpleguak zerbitzuak emateari dagokionez presentzia gehiago du turismo-gidarien multzoan. Halaber, bidaia-agentzietan eta turismo-operadoreen artean langile gehiago dago lanean merkataritzaren edo marketinaren esparruetan.

2.18. grafikoa. Enpleguaren banaketa funtzioen arabera turismo-industrian jarduera motari so*

Unitatea: portzentajea (%)



*5G. Lan-esparruei dagokienez, nola banatzen dira langileak?
Oinarria: Langile bat baino gehiago duten ekonomia-jarduerak guztira (kop=1095)

2.4.4.- Turismo-industrian lanean ari diren langileen adina

Euskadiko industria-turismoan, lanean ari diren pertsonen % 46,2k 40-54 urte bitarteko adina du, eta hori da gehien ageri den adin-tartea. Bestalde, lanean ari diren pertsonen % 23,8k 55-64 urte bitarteko adina du, eta % 3,9k erretiroa hartzeko egun finkatuta dagoen adina gaindituko luke. Halaber, lanean ari diren pertsonen % 17,2k 30-39 urte bitarteko adina izango luke, eta 30 urtetik beherakoa izango litzateke % 8,9.

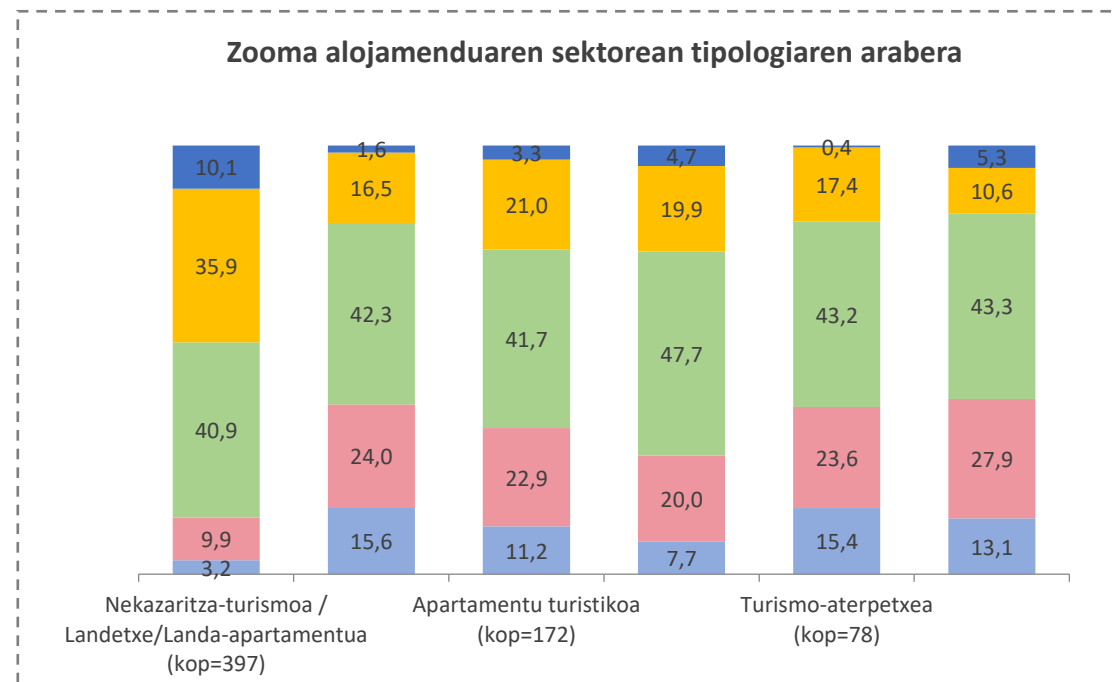
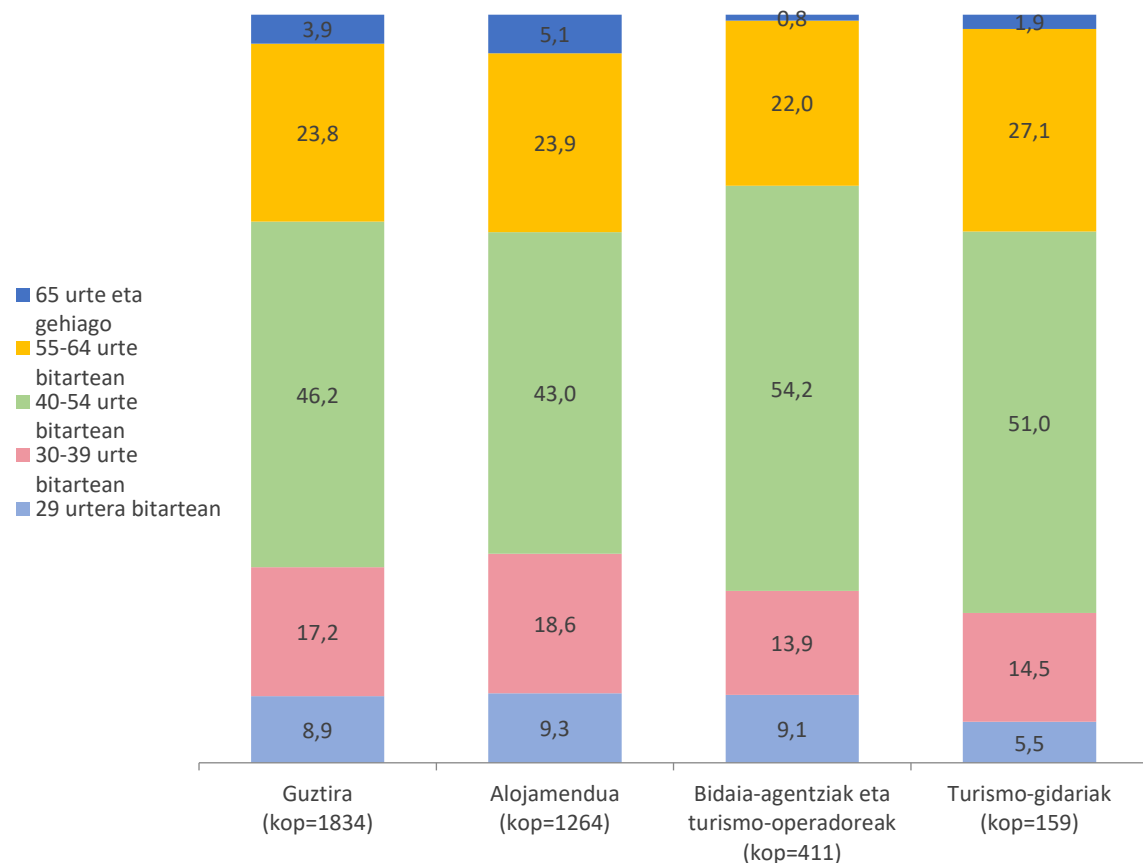
Horrela, turismo-industriako langile gazteen proportzioa handixeagoa da alojamenduaren sektorean (enpleguaren % 9,3) eta bidaia-agentzietan eta turismo-operadoreen kasuan (% 9,1), turismo-gidariekin alderatuz (% 5,5).

Alojamenduaren sektorean alde adierazgarriak aurkitu daitezke adin ezberdinen presentziari dagokionez. Alojamentu guztiak kontuan izanik, landa-eremuko alojamenduarena, landetxeena eta nekazaritza-turismoena dira adin gehieneko enplegu-profila agertzen dutenak. Alojamentu mota horretan, lanean ari diren pertsonen % 45,1 55 urtetik gorakoak dira, eta gazteen parte-hartzea hor da mugatuena.

Langile gazte gehienak hoteletan eta turismo-aterpetxeetan aurkitzen ditugu. Horietan, lanpostuen % 15,6 eta % 15,4, hurrenez hurren, 30 urtetik beherako pertsonen betetzen dituzte.

2.19. grafikoa. Euskadiko turismo-industrian lanean ari diren pertsonen adinaren banaketa jardura motaren arabera*

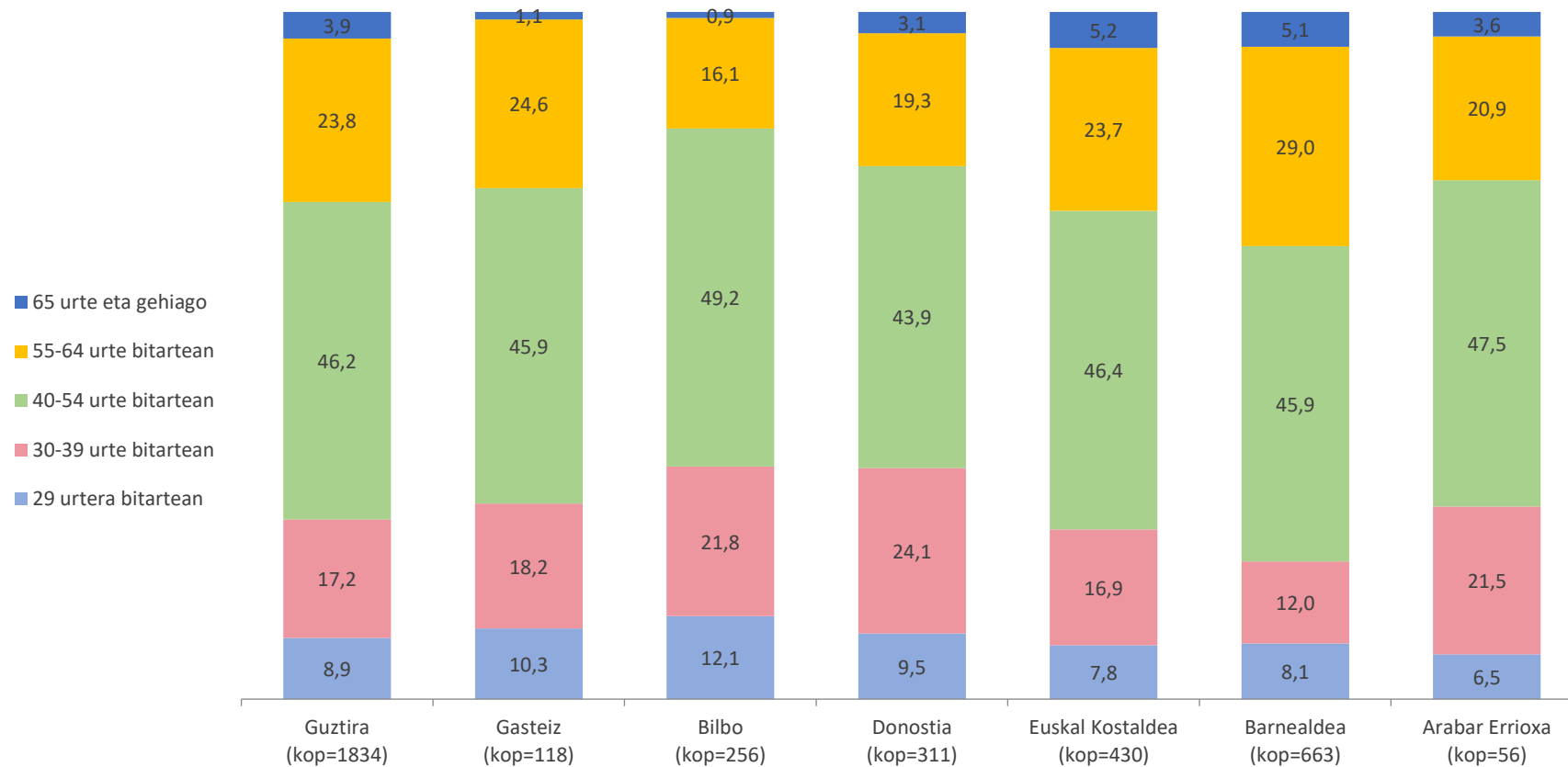
Unitatea: portzentajea (%)



*6.G. Eta nola banatzen dira proportzioan lanean ari diren pertsonak hurrengo adin-tarte hauen arabera?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

2.20. grafikoa. Euskadiko turismo-industrian lanean ari diren pertsonen adinaren banaketa jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



*6.G. Eta nola banatzen dira proportzioan lanean ari diren pertsonak hurrengo adin-tarte hauen arabera?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

2.4.5.- Turismo-industrian lanean ari diren langileen prestakuntza maila

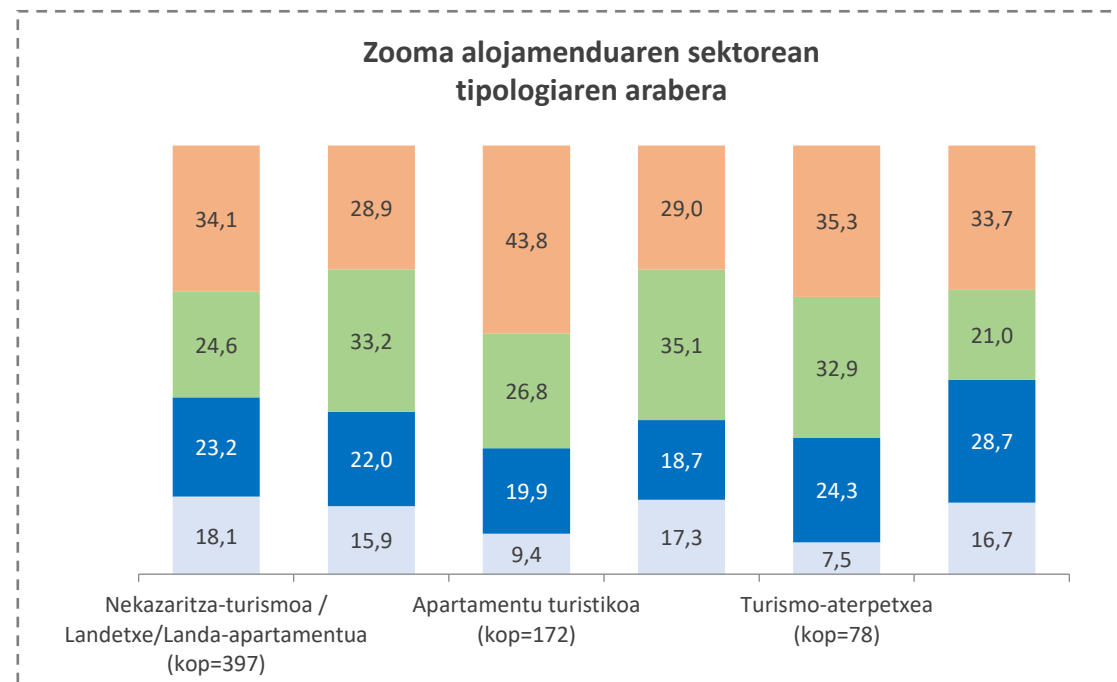
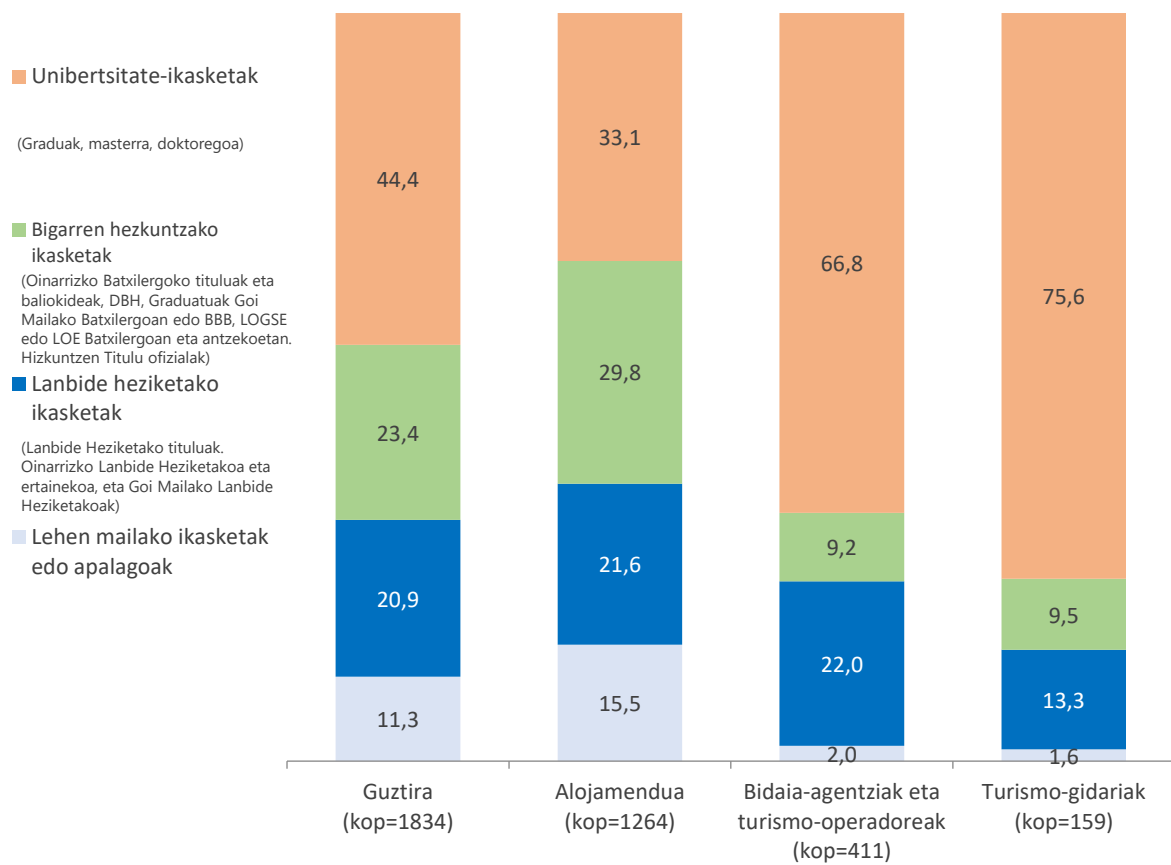
Turismo-industrian lanean ari diren pertsonen % 44,4k prestakuntza maila altua du, unibertsitate-ikasketak ditu. Industrian lanean ari diren pertsonen % 23,4k bigarren mailako ikasketak ditu, eta % 20,9k lanbide-ikasketak egin ditu. Bestalde, enpleguaren % 11,3a lehen mailako ikasketak edo apalagoak dituzten langileek betetzen dute.

Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen multzoan, eta, bereziki, turismo-gidarien multzoan, unibertsitate-titulua duten industriako langileen presentzia nabarmen handiagoa da; izan ere, lau langiletik hiruk unibertsitateko ikasketak amaitu dituzte (% 75,6).

Alojamenduen enpresen multzoan prestakuntza mailari dagokionez sakabanaketa handiagoa ikus dezakegu.

2.21. grafikoa. Euskadiko turismo-industrian lanean ari diren pertsonen prestakuntza maila jardura motaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



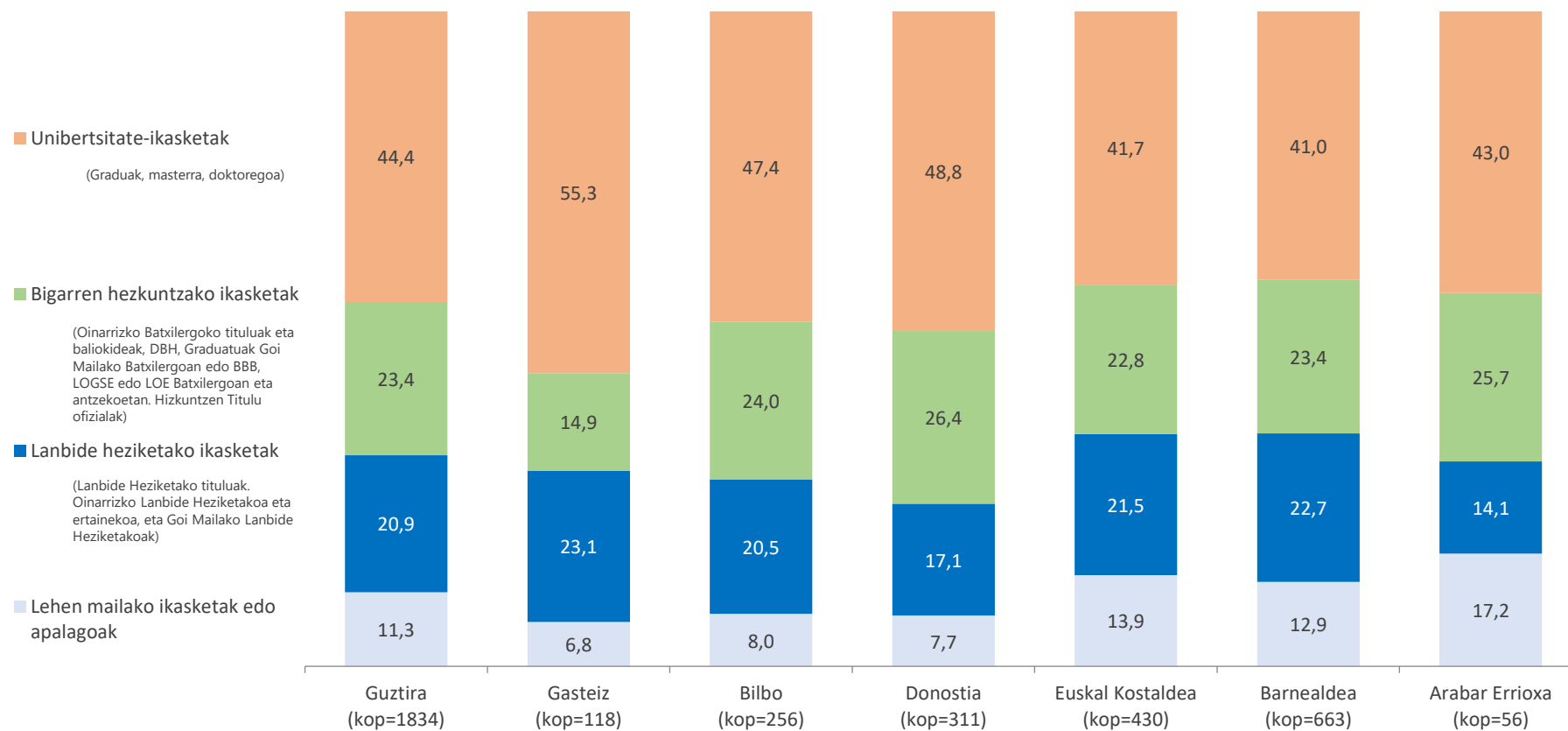
*7.G. Negozio edo jardura honetan lanean ari diren pertsonen artean, zein da goi mailako ikasketak, lanbide heziketakoak, bigarren hezkuntzakoak edo lehen hezkuntzakoak egin dituzten pertsonen portzentajea?

Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

Perfil de la industria turística

2.22. grafikoa. Euskadiko turismo-industrian lanean ari diren pertsonen prestakuntza maila jomuga turistikoa arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



*7.G. Negozio edo jardura honetan lanean ari diren pertsonen artean, zein da goi mailako ikasketak, lanbide heziketakoak, bigarren hezkuntzakoak edo lehen hezkuntzakoak egin dituzten pertsonen portzentajea?

Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

Perfil de la industria turística



3- Turismo-jarduerak industrian duen garrantzia, urtaroen eragina eta bezeroen profila



3.1. Turismo-jarduerak industrian duen garrantziaren inguruan hautematen den bilakaera

3.1.- Turismo-jarduerak industrian duen garrantziaren inguruan hautematen den bilakaera

Eskuratutako emaitzei erreparatuz, argi dago Euskadiko turismo-industrian hazkunde iraunkorra hautematen dela turismoak bere jarduera ekonomikoaren barruan duen garrantziari dagokionez. Ikerketan parte hartu duten pertsonen 2022-2024 bitartean beren eragiketetan turismoari zer portzentaje esleitzen dioten galdetu zaie, ekitaldi honi (2025) buruzko aurreikuspenekin batera.

2022an kontsultari erantzun dioten enpresen % 62,4k adierazi duenez, turismoari garrantzi gailena ematen dio beren jardunean, % 75etik gorakoa. Portzentaje hori % 66,0ra igotzen da 2023an, eta igotzen jarraitzen du portzentajeak, 2024an % 69,8ra iritsi arte. Laburbilduz, azken hiru urte hauetan zehar, turismoari bere jardunaren % 75 baino gehiago esleitzen dien enpresa kopurua portzentajeazko 7,4 puntu igo da. Gainera, 2025erako aurreikuspenetan goranzko joera hori mantentzen da. Horrela, beren negozioan turismoak are garrantzi handiagoa izango duela aurreikusten du % 70,6k.

2024ko ekitaldiari so, enpresen % 69,8k turismoaren garrantzia % 75etik gorakoa dela uste du. % 12,2aren arabera garrantzia % 51 eta % 75 artekoa da, eta % 8,8aren arabera, % 26 eta % 50 bitartekoa, eta soilik % 8,0 batek uste du garrantzia bere ekonomia-jardueraren % 25etik beherakoa dela.

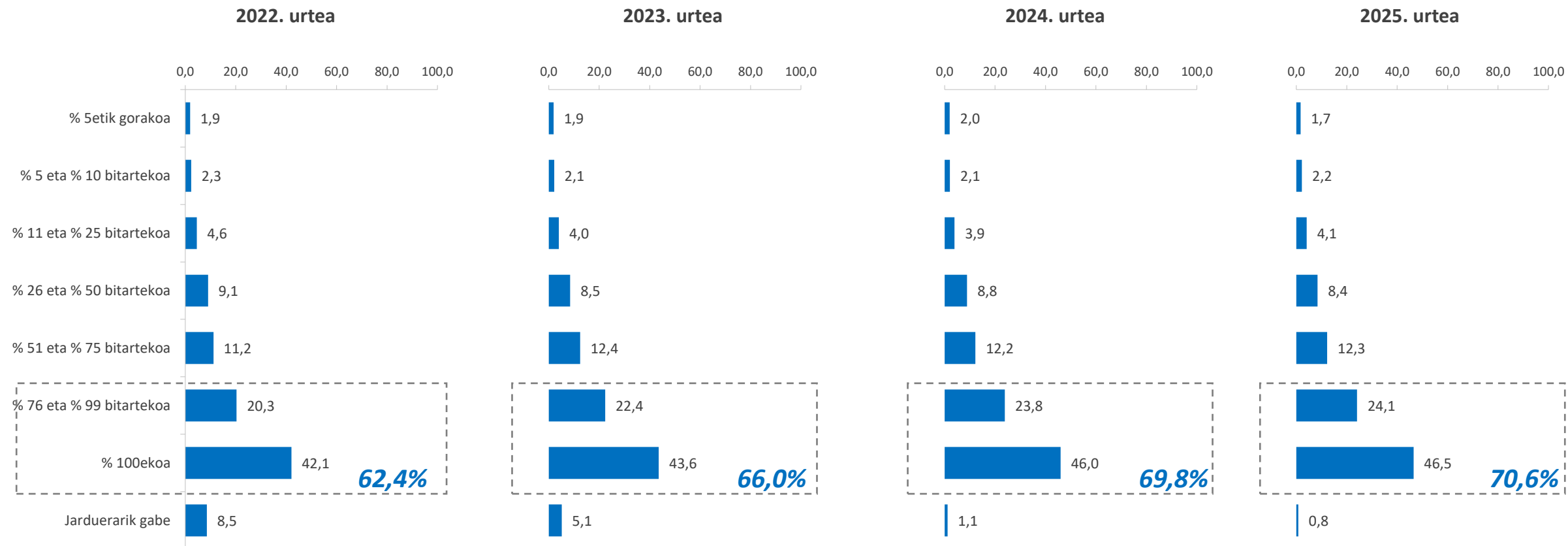
Turismo-industriaren jarduera mota ezberdinei erreparatuz, honako alderdi hauek nabarmendu ditzakegu:

- Alojamen duaren kasuan, % 63,3k uste duenez, turismoaren garrantzia bere negozioaren % 75tik gorakoa da 2024an, horrek 7 puntuko igoera dakar 2022tik. 2025erako aurreikuspenak egonkor mantentzen dira.

- Haatik, multzo horren barruan, turismoari garrantzi gutxiago ematen dioten jarduerak daude, gainerakoekin alderatuz. Hori da landa-eremuko nekazaritza-turismoaren eta alojamenduaren kasua, eta baita hotelena, pentsioena eta ostatuena ere. Litekeena da hiru alojamendu-kategoria horietan azken bezeroarentzako zerbitzuei dagokienez dibertsifikazio handiagoa izatea edo, bezero aldetiko tipologia ezberdinak izatea, esate baterako, ostatuen eta pentsioen kasuan, eta horrek azken erantzuna baldintzatu dezake. Aitzitik, apartamentu turistikoak, turismo-aterpetxeak edo campingak diren enpresen kasuan turismoari garrantzi gehiago ematen diote beren negozioetan aurrekoek baino.
- Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, hamar enpresatik bederatzik turismoari oso garrantzi handia ematen diote, bere jardunaren % 75etik gorakoa 2024an. Sektore horretan, era berean, 2022az geroztik turismoaren garrantzia etengabe hazten ari dela ikus daiteke, zehazki, portzentajezko 7,5 puntuko igoera batekin.
- Azkenik, turismo-gidarien kasuan, badirudi turismoak gorakada izan duela beren jardunean. 2024an, % 69,2k uste duenez, turismoak % 75etik gorako garrantzia du bere negozioan, eta portzentaje hori % 59,1ekoa zen 2022an. Horrek portzentajezko 10,1 puntuko igoera suposatzen du. Gainera, 2025erako aurreikuspena are handiagoa da. Horrela, % 73,6 aipatzen duenez, turismotik etorriko da bere negozioaren % 75 baino gehiago.

3.1. grafikoa. Euskadiko turismo-industriaren ekonomia-jardueran turismoari esleitutako garrantziaren bilakaera

Unitatea: portzentajea (%)

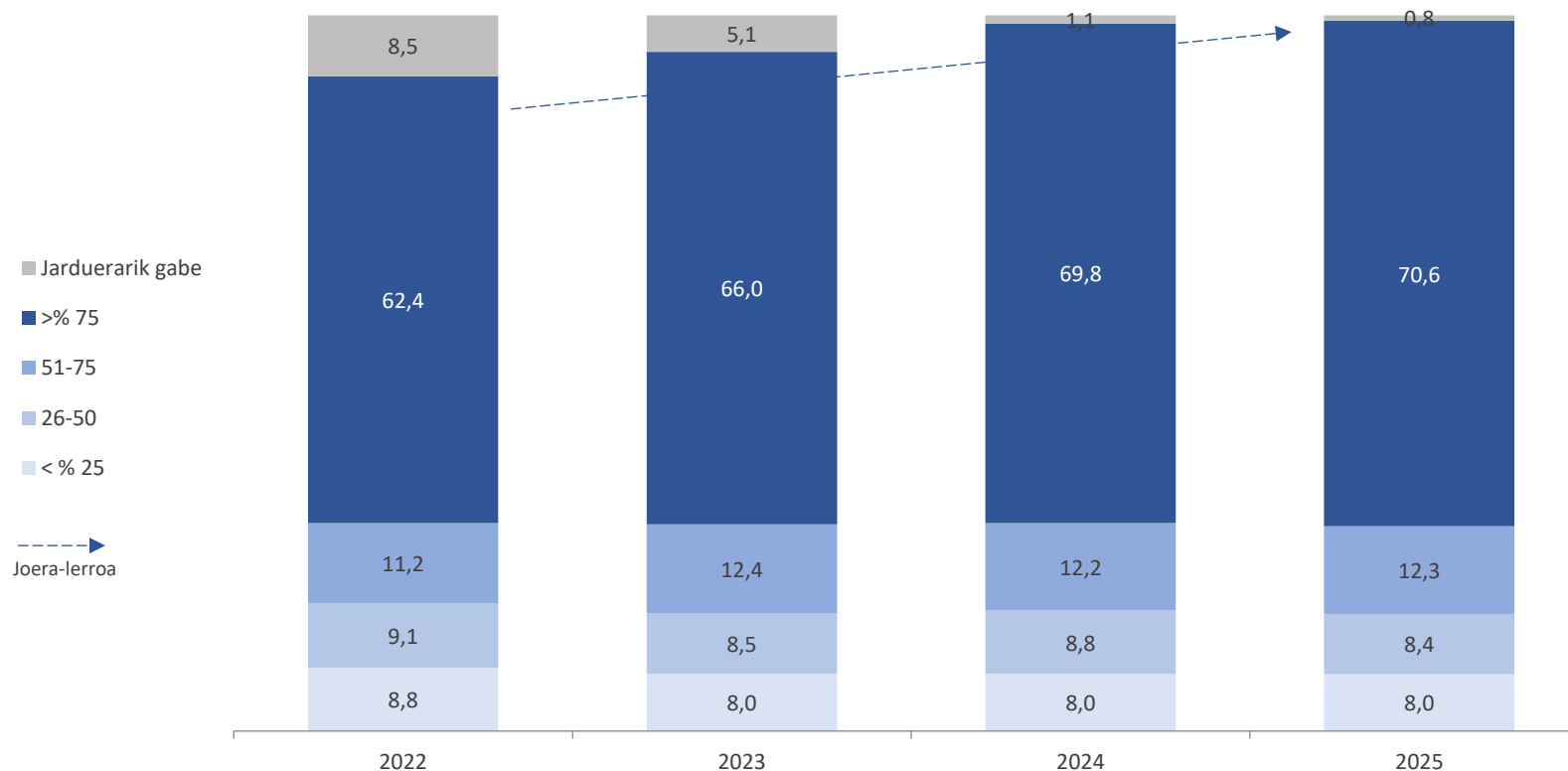


*8G. Turismoak zure jardueran zer portzentaje duen pentsatuz, adierazi zer bilakaera izan duen azken hiru urteetan eta zein den hasi berri den urterako, 2025erako, aurreikuspena:

Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

3.2. grafikoa. Euskadiko turismo-industriaren ekonomia-jardueran turismoari esleitutako garrantziaren bilakaera multzokatutako tarteetan arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



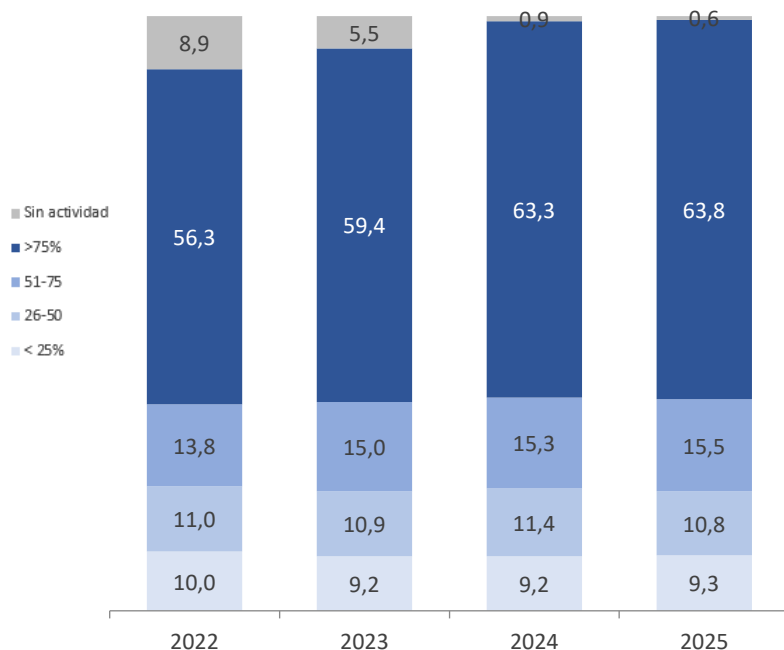
*8G. Turismoak zure jardueran zer portzentaje duen pentsatuz, adierazi zer bilakaera izan duen azken hiru urteetan eta zein den hasi berri den urterako, 2025erako, aurreikuspena:
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

3.3. grafikoa. Euskadiko turismo-industriaren ekonomia-jardueran turismoari esleitutako garrantziaren bilakaera jarduera motaren arabera*

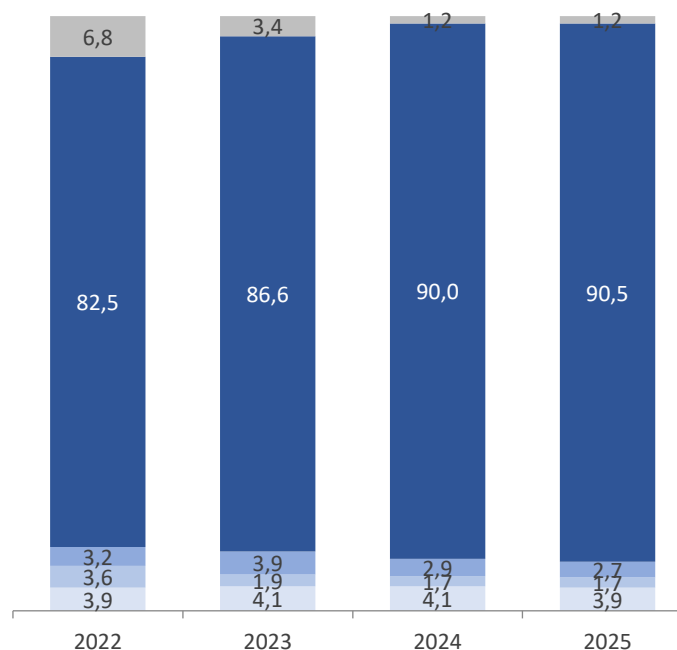
Unitatea: portzentajea (%)



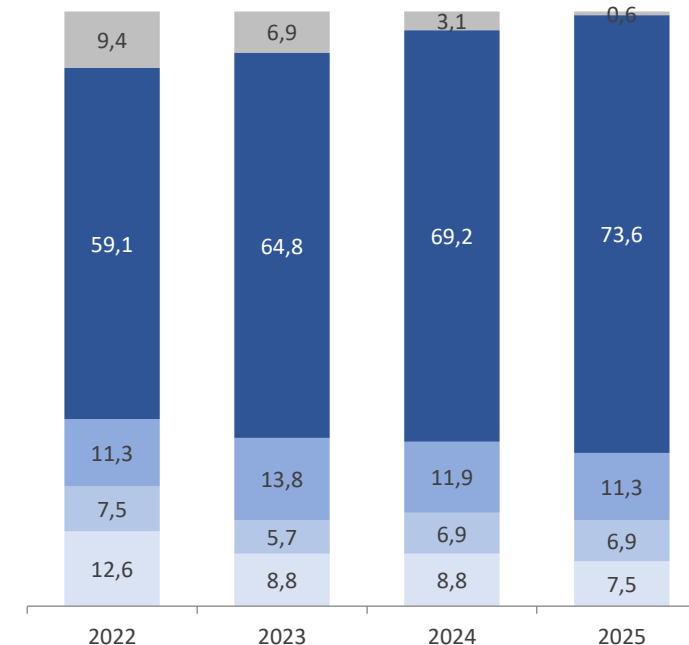
Alojamenduak



Bidaia-agentziak eta
turismo-operadoreak



Turismo-gidariak

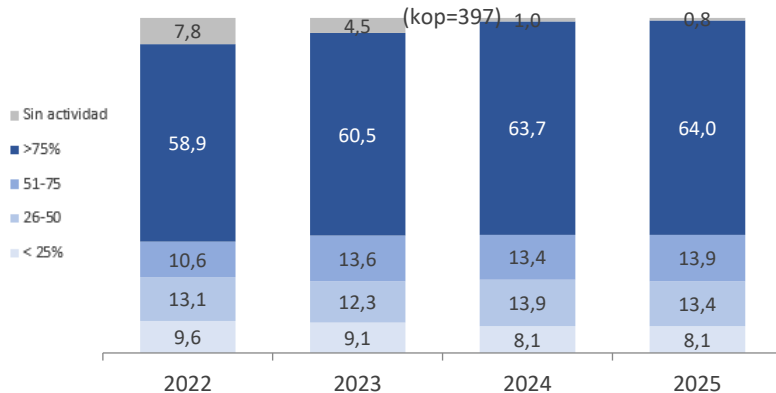


*8G. Turismoak zure jardueran zer portzentaje duen pentsatuz, adierazi zer bilakaera izan duen azken hiru urteetan eta zein den hasi berri den urterako, 2025erako, aurreikuspena:
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

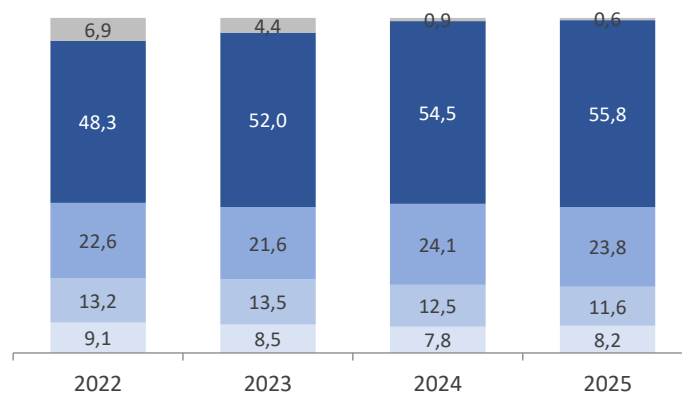
3.4. grafikoa. Euskadiko turismo-industriaren ekonomia-jardueran turismoari esleitutako garrantziaren bilakaera alojamenduaren tipologiaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)

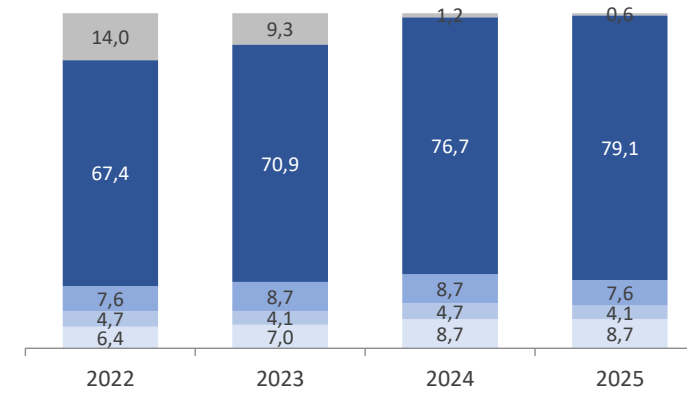
**Nekazaritza-turismoa /
Landetxe/Landa-apartamentua**
(kop=397)



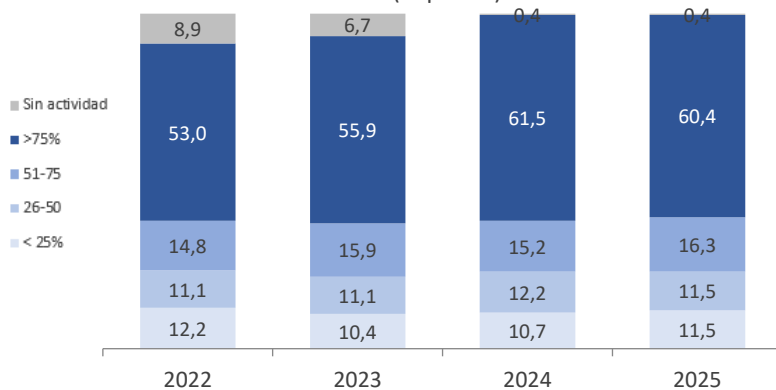
Hotela
(kop=319)



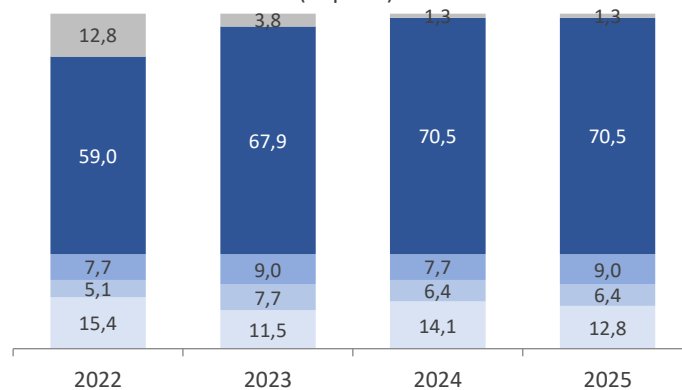
Apartamentu turistikoa
(kop=172)



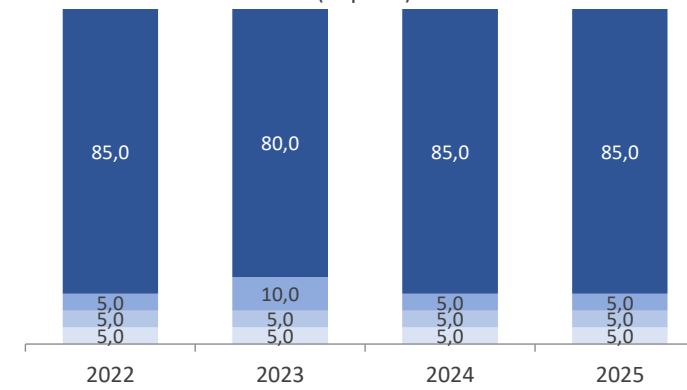
Pentsioa / Ostatua
(kop=270)



Turismo-aterpetxea
(kop=78)



Campingak
(kop=20)



*8G. Turismoak zure jardueran zer portzentaje duen pentsatuz, adierazi zer bilakaera izan duen azken hiru urteetan eta zein den hasi berri den urterako, 2025erako, aurreikuspena:
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

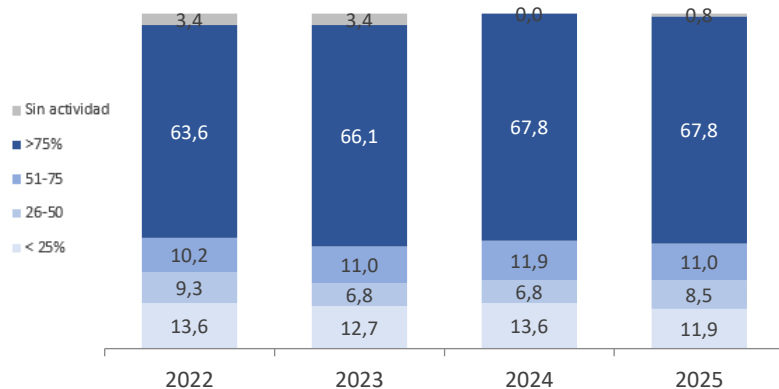
Lurralde-ikuspegiari dagokionez, kontsultatutako enpresak kokatutako jomuga turistikoen artean ere alde esanguratsuak daude:

- 2024. urtean, Donostiako eta Arabako Errioxako turismo-industriako hamar enpresatik zortzik, gutxi gorabehera, turismoari esleitzen diote bere negozioan garrantziaren % 75 baino gehiago, eta Bilbok hurbiletik jarraitzen dio, eta jomuga horietan du turismoak eraginik nabarmenena. Bilboren kasuan, azpimarratu behar da bertan izan dela handiagoa hautemandako bilakaera, izan ere, 2022-2024 bitartean portzentajezko 12,9 puntutan areagotu da turismoaren eragina negozioaren % 75aren gainetik ikusten duen industriaren proportzioa.
- Bestalde, Barnealdeko jomugaren turismo-industria da, guztien artean, negozioan turismoaren eragin txikiena sumatzen duena. Kasu honetan, eta 2024eko ekitaldia kontuan izanik, Barnealdeko jomugako jardueren edo negozioen % 58,4k turismoari garrantziaren % 75etik gorako portzentajea ematen diote. % 13,1ak % 51 eta % 75 arteko garrantzia ematen dio bere negozioan turismoari, % 15,2k % 26 eta % 50 artekoa, eta % 12,5ak are txikiagoa dela uste du, % 25etik beherakoa.

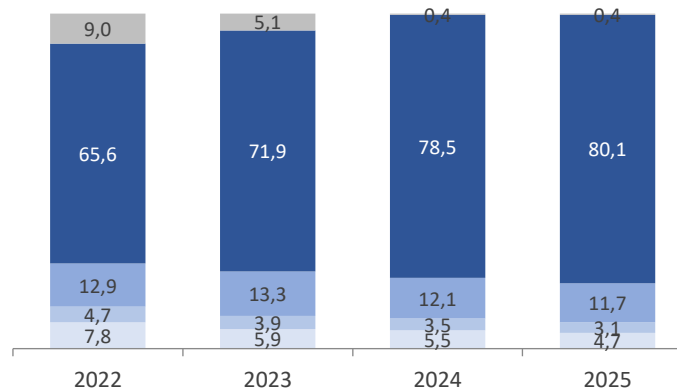
3.5. grafikoa. Euskadiko turismo-industriaren ekonomia-jardueran turismoari esleitutako garrantziaren bilakaera jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)

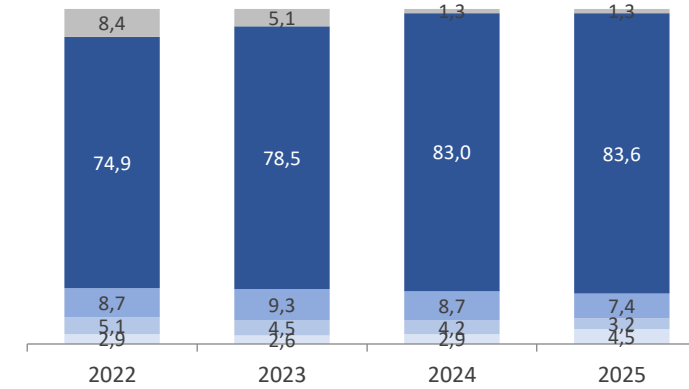
Gasteiz



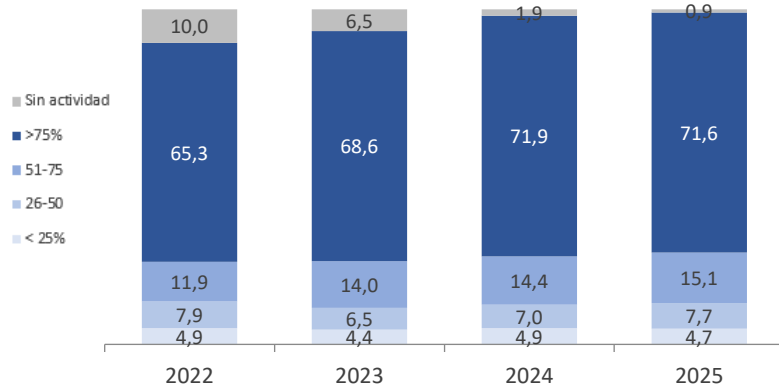
Bilbo



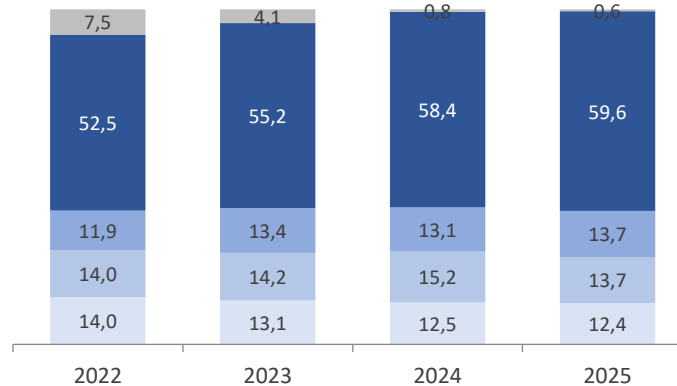
Donostia



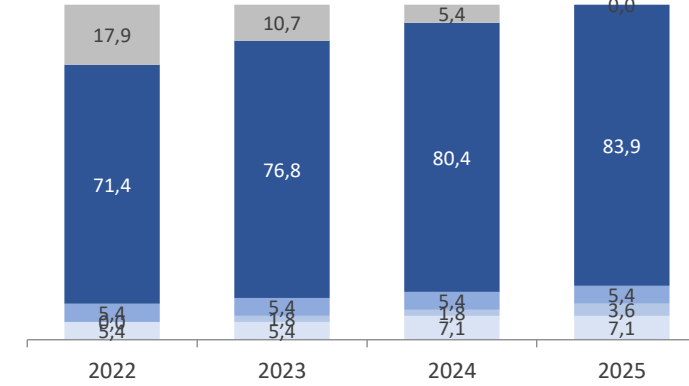
Euskal kostaldea



Barnealdea



Arabar Errioxa



*8G. Turismoak zure jardueran zer portzentaje duen pentsatuz, adierazi zer bilakaera izan duen azken hiru urteetan eta zein den hasi berri den urterako, 2025erako, aurreikuspena:
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)



3.2. Urtaroen eragina turismo-industrian 2024. urtean

3.2.- Urtaroen eragina turismo-industrian 2024. urtean

Turismoarekin lotutako enpresen jarduera baldintzatzen duten alderdietako bat sektorean urtaroei duten eragina da. Hau da, turismo-zerbitzuen eskariaren bariazioa urteko sasoiaren arabera. Horrela, jarduera handiko aldiak sortzen dira (goi-denboraldia), udako hilabeteetan edo jaiegunetan, eta turista gutxi hartzen dituzten beste aldi batzuk (behe-denboraldia). Fluktuazio horrek sektoreko enpresen ekonomia-jarduera baldintzatzen du.

2024ko ekitaldian zehar, turismo-industriako enpresen jardueraren % 44,5 uztailetik irailera bitartean (goi-denboraldia) eman da. Zehazki, jarduerak abuztuan jo zuen goia; enpresen arabera, hilabete horretan pilatzen da urteko jarduera osoaren % 17,8a. Oso gertu dago uztaila, turismo-eskari handieneko bigarren hilea. Aitzitik, industriaren jarduerak nabarmen egiten du behera urtarrilean eta otsailean (jardueraren % 3,2 bi kasuetan), urte amaierarekin batera, azaroan (% 4,2) eta abenduan % 4,6).

Urtaroaren eragina ezberdina da enpresetan, beren jarduera nagusiaren arabera. Alojamen duen kasuan, goi-denboraldia da eskaera handieneko garaia. 3.7. grafikoa begiratu, ikus daitekeenez urteko jarduera guztiaren % 51,0 uztailan, abuztuan eta irailean pilatzen da.

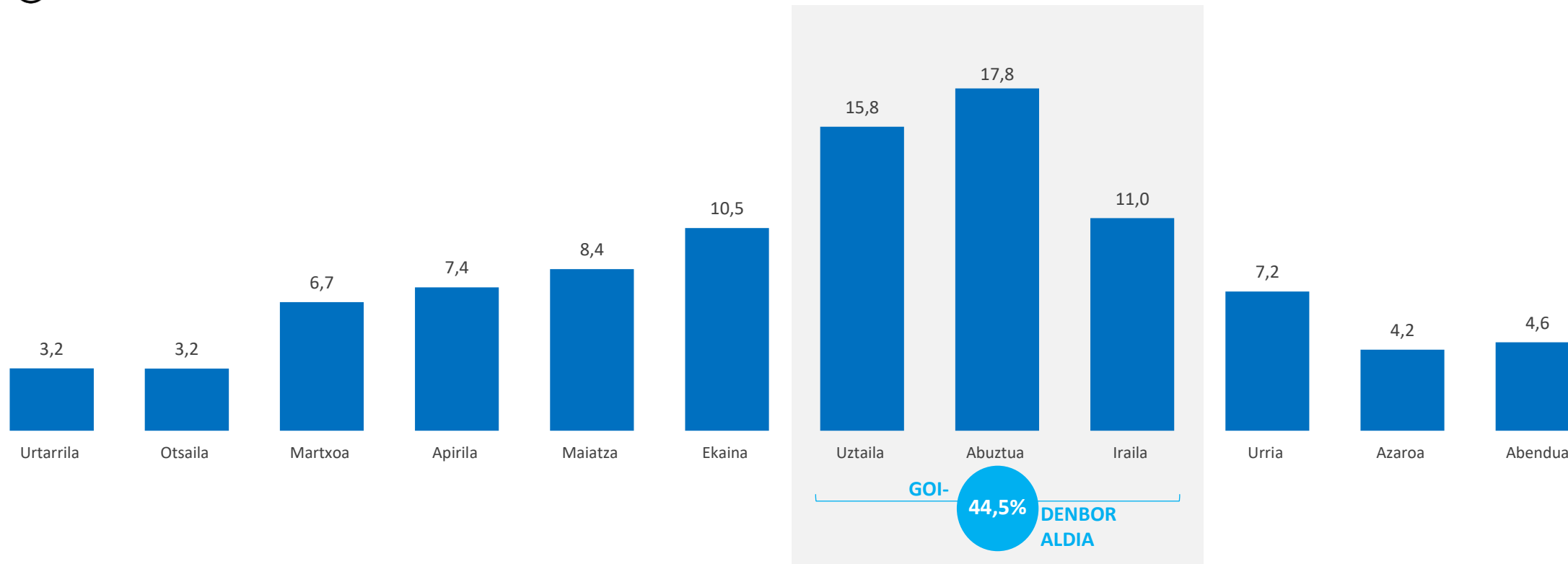
Alojamenduez bestelako egoeran dauden bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak. Horien kasuan, goi-denboraldiko jarduera turistikoak urteko jardun osoaren % 29,1 islatzen du. Horrenbestez, eskaerari dagokionez, urtaroaren eragina ez da horrenbestekoa. Horren azalpena da turismo igorlea zein hartzailea duela.

Turismo-giden kasuan, urtaroaren eragina ere ez da horrenbestekoa alojamen duen kasuan. Goi-denboraldian pilatzen da urteko negozioaren % 32,7, eta maiatzan (% 13,0), ekainean (% 13,1) eta, are, urrian (% 12,1) ere bezeroen trafikoa dago.

Jomuga turistikoa aldagaiaren arabera lurraldearen azterketan ikusten denez, urtaroaren eragina txikiagoa da Bilbo eta Gasteiz jomugatzat duen industriaren kasuan. Euskal kostaldeko eta Barnealdeko enpresen kasuan, eskaria abuztuan eta uztailan aktibatzen da bereziki. Bestalde, irailean eta urrian bezeroen trafikoa nabarmena da Arabako Errioxan.

3.6. grafikoa. Urtaroaren eragina 2024an Euskadiko turismo-industriako enpresatan*

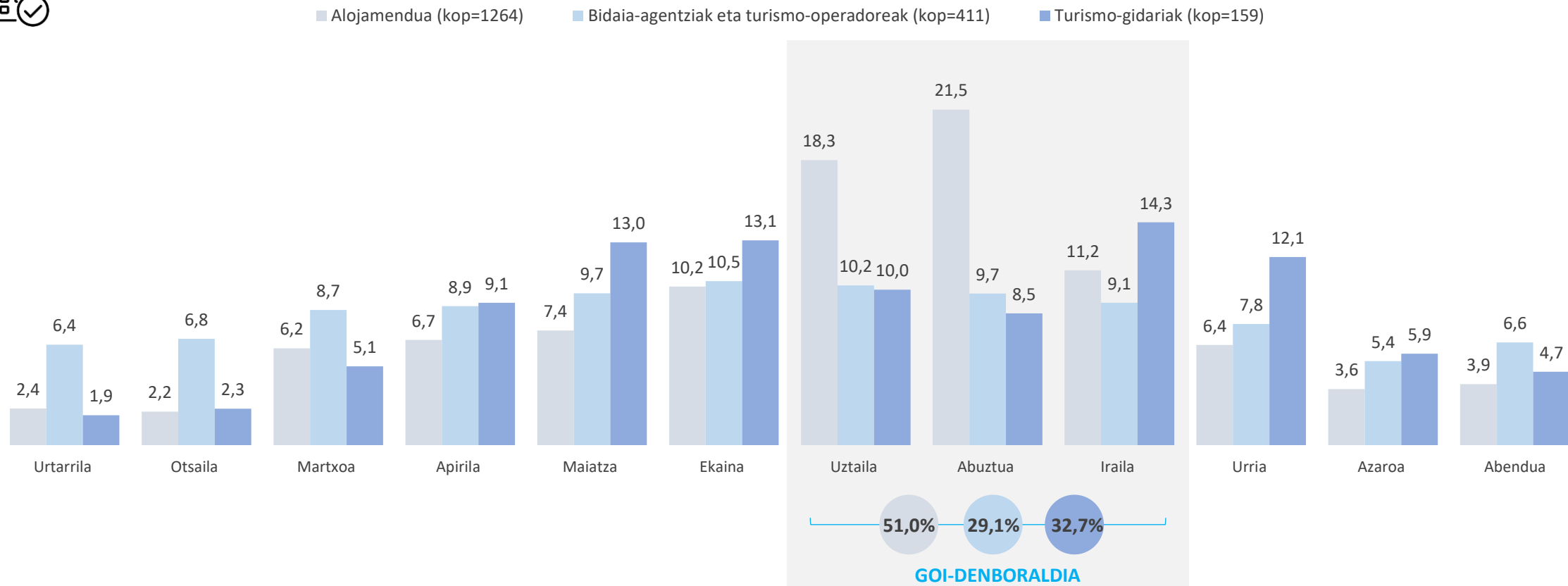
Unitatea: portzentajea (%)



*9G. Orain joan den ekitaldiari, 2024ari, erreparatuz, nola banatu da turismo-jarduera zure negozioan urteko hilabeteen arabera?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

3.7. grafikoa. Urtaroaren eragina 2024an turismo-industriako enpresatan jarduera motaren arabera*

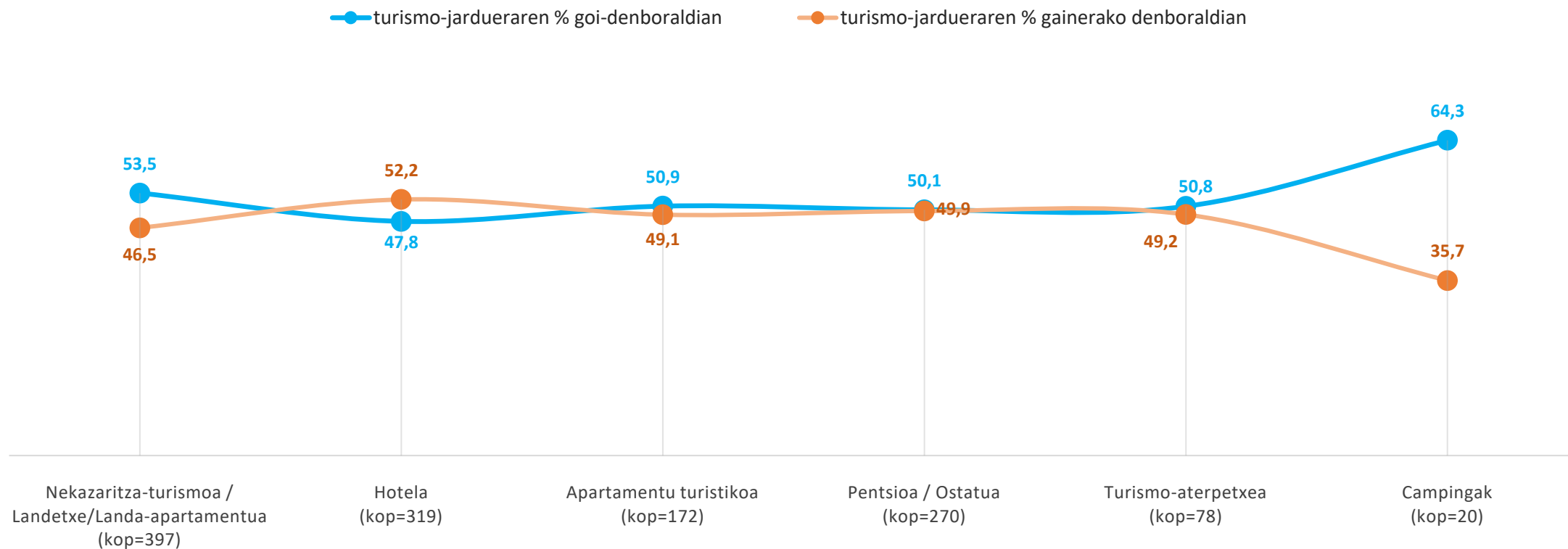
Unitatea: portzentajea (%)



*9G. Orain joan den ekitaldiari, 2024ari, erreparatuz, nola banatu da turismo-jarduera zure negozioan urteko hilabeteen arabera?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

3.8. grafikoa. Turismo-jarduerak Euskadiko turismo-industrian izan duen eragina urtaroaren eraginaren arabera, alojamendu mota kontuan izanik*

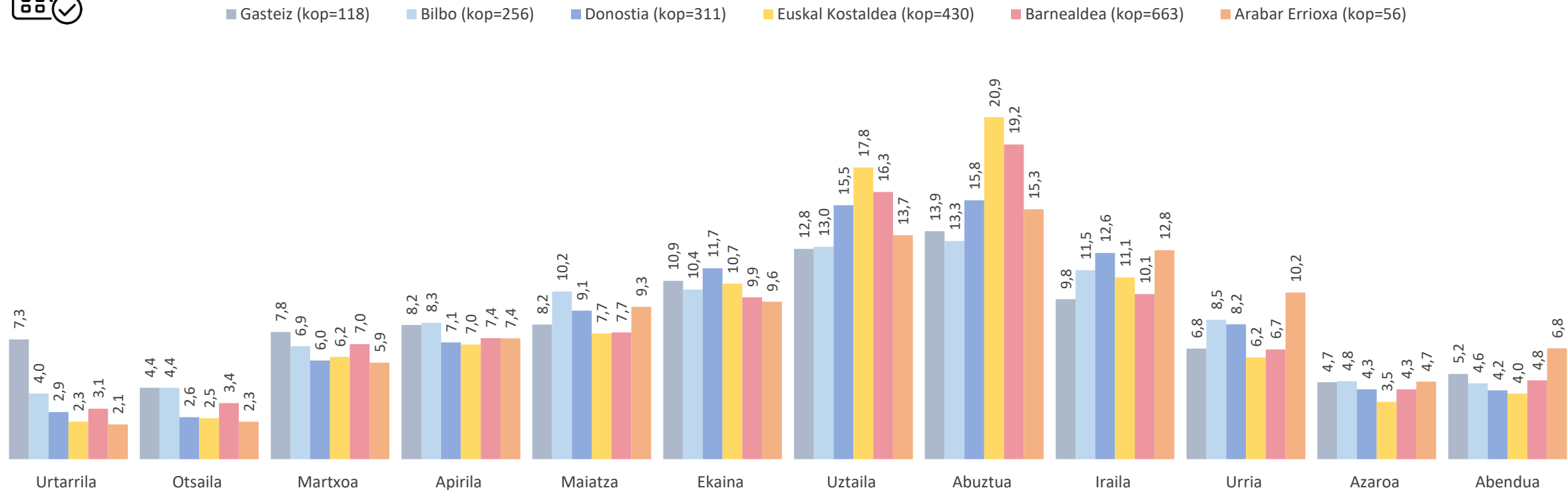
Unitateak: % (entajea (%))



*9G. Orain joan den ekitaldiari, 2024ari, erreparatuz, nola banatu da turismo-jarduera zure negozioan urteko hilabeteen arabera?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

3.9. grafikoa. Urtaroaren eragina 2024an turismo-industriako enpresatan jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



*9G. Orain joan den ekitaldiari, 2024ari, erreparatuz, nola banatu da turismo-jarduera zure negozioan urteko hilabeteen arabera?

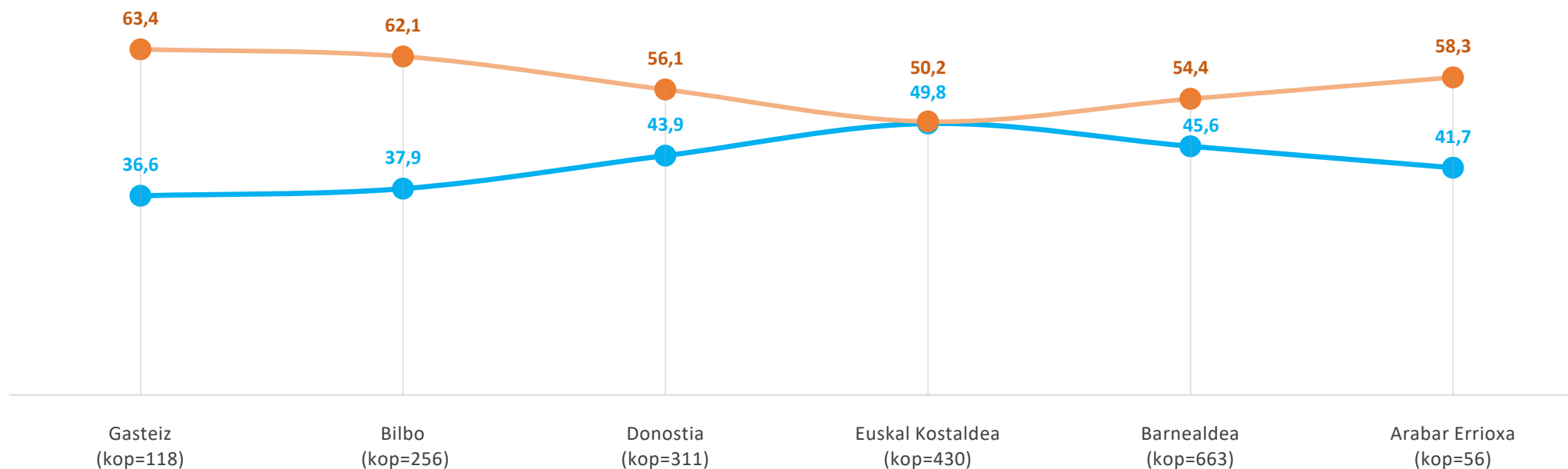
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

3.10. grafikoa. Turismo-jarduerak Euskadiko turismo-industrian izan duen eragina urtaroaren eraginaren arabera, jomuga turistikoa kontuan izanik*

Unitateak: % (entzakea (%))



turismo-jardueraren % goi-denboraldian turismo-jardueraren % gainerako denboraldian



*9G. Orain joan den ekitaldiari, 2024ari, erreparatuz, nola banatu da turismo-jarduera zure negozioan urteko hilabeteen arabera?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)



3.3. Turisten tipologia eta jatorria

Turisten tipologia eta jatorria

Bezeroen profila eta jatorria zein den jakitea (barneko, Estatuko edo nazioarteko merkatukoak) funtsezkoa da edozein enpresa turistikorentzat, izan ere, produktuen eta zerbitzuen eskaintza segmentu bakoitzeko premia, iguripen eta kontsumo-azturetara egokitzeko aukera ematen du, eta horrela, pertsona bisitariaren esperientzia hobetu egiten da, eta bere gogobetetzea eta fidelizazioa indartzen dira. Euskadiko turismo-industrian, eza dago zalantzarik bezero partikularrak direla nagusi. Hamar bezerotik zortzi bezero partikularren kategorian sartzen dira (% 79,4), kontsulta egin zaien enpresek adierazten dutenez. Alde esanguratsura beste tipologia batzuetako bezeroak daude; jarraian, MICE edo enpresa mailako bezeroak nabarmentzen dira, guztiaren % 13,6 izango liratekeenak. Bi tipologia nagusi horietatik harago, askoz ere garrantzi gutxiagoz, ikastetxeak, elkarteak, bidaia-agentziak eurak, taldeak edota kolektibo espezifikoak (IMSERSO) edo instituzio eta administrazioak aipatzen dira.

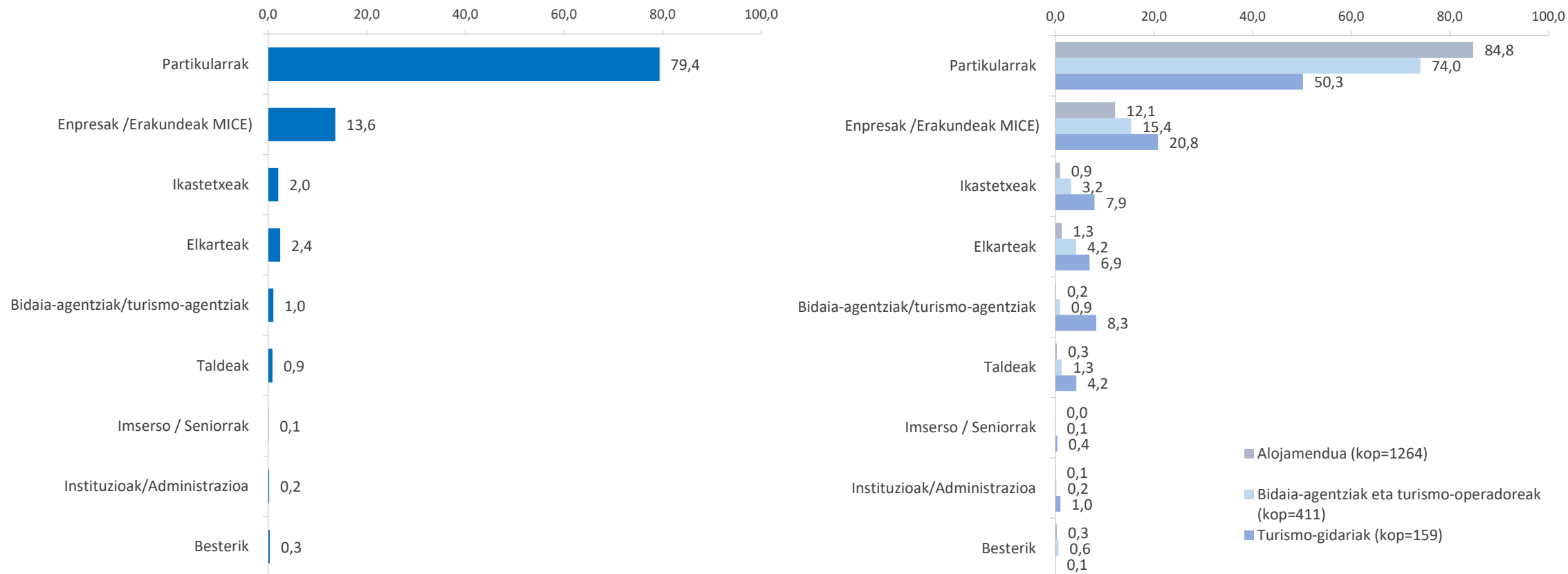
Alojamenduetako enpresen kasuan, ia bezero guztiak bezero partikularren kategorian sartzen dira (% 84,8). Multzo hori zertxobait murriztagoa da bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, nahiz eta gehiengoa izaten jarraitzen duten erruz (% 74,0). Guztien artean, enpresa-multzo bereizgarriena turismo-gidariena da. Kasu honetan, bezero partikularra guztiaren % 50,3 da, eta zorroa dibertsifikatuago dago. Horrela, hor sartzen dira enpresa edo MICE (% 20,8), ikastetxe (% 7,9), bidaia-agentzia (% 8,3) edo elkarteetako (% 6,9) bezeroak.

Jatorriari dagokionez, honako aipamenak egin behar dira:

- Bezero partikularren kasuan, jatorria oso sakabanatuta dago merkatu ezberdinen artean. Alde batetik, % 37,4a Estatuko gainerako lurraldeetakoa da. % 33,4a barneko bezeroa da, Euskadikoa, eta % 29,2 dira nazioarteko merkatutik datozen bezeroak.
- MICE bezeroaren % 46,5 Estatuko merkatutik dator, eta % 35,0 barneko merkatukoa da. Nazioarteko bezeroen presentzia txikiagoa da, % 18,5ekoa.
- Beste tipologia batzuen kasuan, esate baterako, ikastetxeen edo elkarteen kasuan, gehiengoa barneko merkatutik dator.

3.11. grafikoa. Turismo-industriako bezero tipologiaren portzentajeak banaketa 2024. urtean*

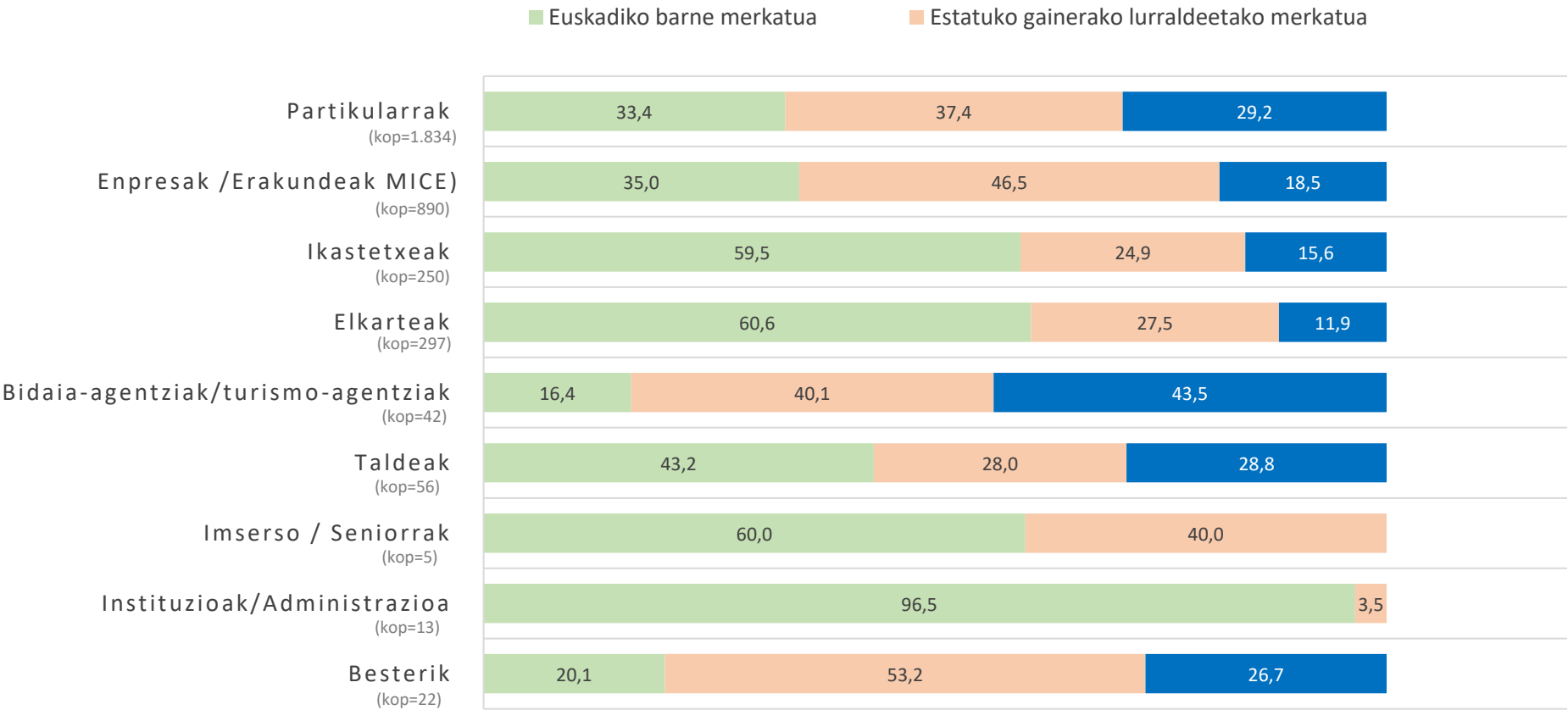
Unitatea: portzentajea (%)



*10G 2024ko ekitaldian, nola banatu dira zure bezeroak honako tipologia honen arabera?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

3.12. grafikoa. Turismo-industriak jaso duen bezero mota bakoitzaren jatorrian 2024. urtean*

Unitatea: portzentajea (%)



*11.G. Eta zein izan da banaketa bezero bakoitzaren jatorriaren arabera?
Oinarria: Bezero nagusiek adierazten dituzten ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)



3.4. Erabilitako merkataritzarako bideak eta azken aldaketak

3.4.- Erabilitako merkataritzarako bideak eta azken aldaketak

Euskadiko turismo-industriak hainbat bide erabili ditu bere produktuak edo zerbitzuak merkaturatzeko 2024. urtean zehar; dena den, hiru gailentzen dira. Lehenik eta behin, online bidezko bidaia-agentziak (OTA) Euskadiko industriaren negozioaren % 36,7 merkaturatzeko bidea izan dira. Ondoren, negozioaren % 27,6 establezimendu, enpresa edo jarduerak berak merkaturatu du, eta % 18,1 enpresa bakoitzaren webguneak. Bi aukerak kontuan izanik, enpresak berezko bideen bidez merkaturatzearena izango litzateke lehenetsitako aukera, izan *online* edo *offline*.

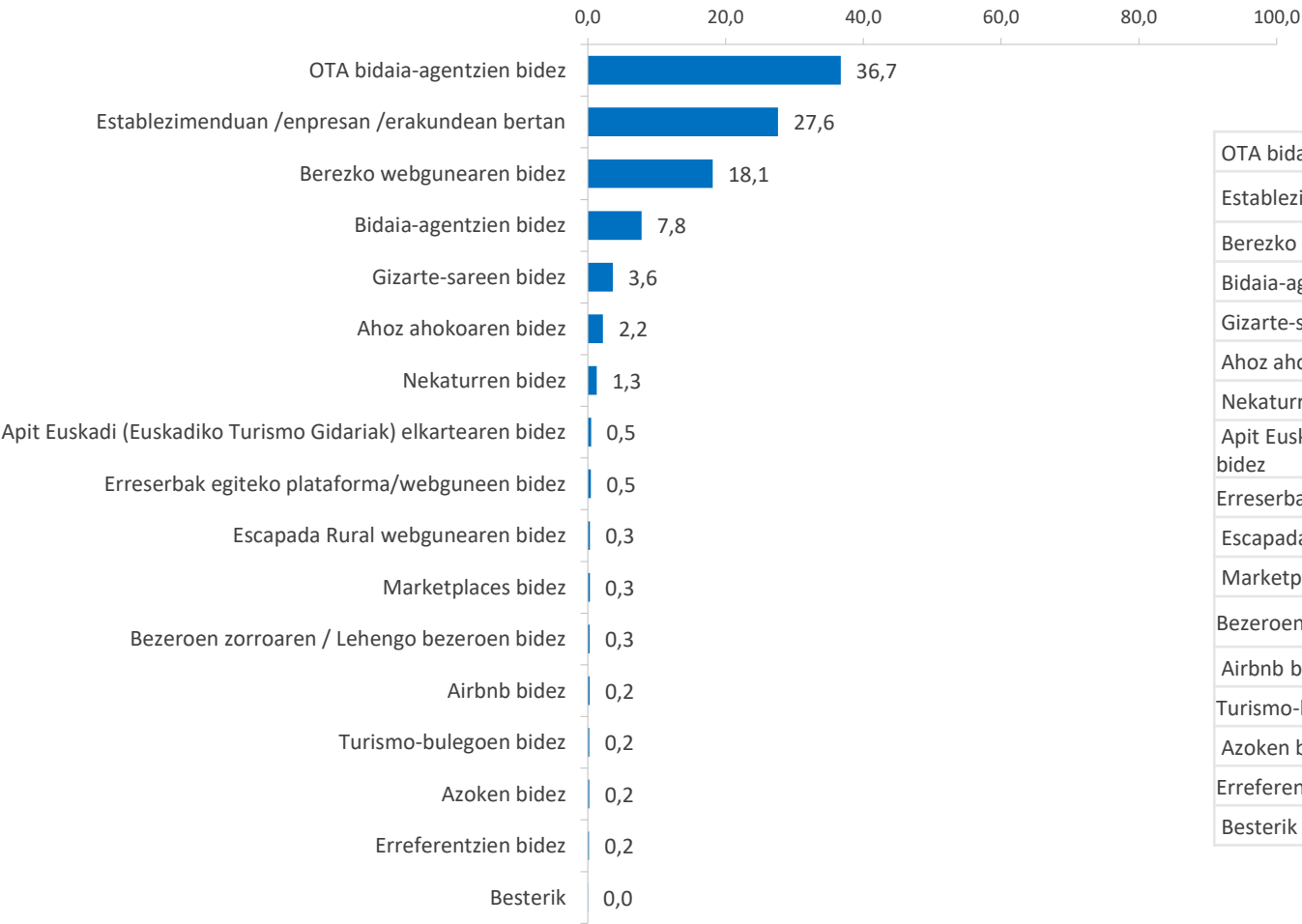
Bide horiekin batera, merkaturatze-estrategia ezberdinei buruzko aipamen ugari ditugu, hala nola bidaia-agentziei, gizarte-sareei, ahoz ahokoari edo Nekatur, Escapada Rural, Apit eta antzeko marketplace plataformei buruzkoak.

Sektore ezberdinei dagokienez:

- Euskadiko alojamenduaren sektoreko produktuen edo zerbitzuen merkaturatzearen zati handi bat online bidaia-agentzien (OTA) bidez bideratu zen 2024an. Zehazki, bide horrek bere salmentaren % 51,5 hartu zuen sektoretik. Bestalde, Euskadiko alojamenduetako berezko bitartekoekin, online zein offline erakoak, merkaturatu zen negozioaren % 37,9, berezko webgunearen indar handiagoz.
- Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, berezko bitartekoen bidezko merkaturatzea, bereziki bertatik bertarakoena, da erreferentzia nagusia. Horrela, merkaturatzeen % 65,8 establezimenduak berak bideratu du, eta % 11,4 berezko webgunetik bideratu da.
- Azkenik, turismo-gidarien kasuan, nabarmendu behar da 2024an zehar bidaia-agentzien bidez merkaturatu dela negozioaren % 28,1. Kolektibo horren kasuan, networkinga ere garrantzitsua da, izan ere, negozioaren % 14,5 ahoz ahokoaren bidez merkaturatu da.

3.13. grafikoa. Turismo-industria merkaturatzeko bideak 2024. urtean*

Unitatea: portzentajea (%)



	Jarduera mota		
	Alojamenduak (kop=1.264)	Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak (kop=411)	Turismo-gidariak (kop=159)
OTA bidaia-agentzien bidez	51,5	2,4	7,7
Establezimenduan /enpresan /erakundean bertan	17,0	65,8	13,3
Berezko webgunearen bidez	20,9	11,4	13,9
Bidaia-agentzien bidez	3,8	12,4	28,1
Gizarte-sareen bidez	2,3	4,8	10,9
Ahoz ahokoaren bidez	0,9	1,5	14,5
Nekaturren bidez	1,8	0,0	0,8
Apit Euskadi (Euskadiko Turismo Gidariak) elkartearen bidez	0,2	0,0	3,8
Erreserbak egiteko plataforma/webguneen bidez	0,4	0,4	0,8
Escapada Rural webgunearen bidez	0,4	0,0	0,0
Marketplaces bidez	0,3	0,4	0,0
Bezeroen zorroaren / Lehengo bezeroen bidez	0,2	0,2	1,5
Airbnb bidez	0,3	0,0	0,3
Turismo-bulegoen bidez	0,0	0,1	2,3
Azoken bidez	0,0	0,7	0,8
Erreferentzien bidez	0,1	0,0	1,3
Besterik	0,0	0,0	0,0

Merkaturatzeko bide nagusia

*12G. 2024Ko ekitaldian, zer bideren bidez merkaturatu edo saldu dituzu zure produktu/zerbitzuak? Adierazi, % 100aren gainean, zer portzentaje edo garrantzi duen merkaturatu edo salmentarako bide bakoitzak (erantzun anitza).
Oinarria: Bezero nagusiek adierazten dituzten ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

3.1. taula. Alojamentuaren sektoreko merkaturatze-bideak 2024an alojamendu motaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)

	Alojamenduaren sektoreko jardueraren xehetasuna					
	Nekazaritza-turismoa / Landetxe/Landa- apartamentua (kop=397)	Hotela (kop=319)	Apartamentu turistikoa (kop=172)	Pentsioa / Ostata (kop=270)	Turismo-aterpetxea (kop=78)	Campingak (kop=20)
OTA bidaia-agentzien bidez	50,2	46,2	62,7	57,1	48,4	11,5
Establezimenduan /enpresan /erakundean bertan	15,0	19,5	11,3	19,7	14,3	36,7
Berezko webgunearen bidez	20,2	24,2	17,5	16,3	25,9	45,0
Bidaia-agentzien bidez	2,0	7,5	2,0	3,4	3,4	0,0
Gizarte-sareen bidez	2,9	1,6	2,1	1,7	4,1	1,8
Ahoz ahokoaren bidez	1,2	0,3	0,9	0,9	1,0	5,0
Nekaturren bidez	5,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Apit Euskadi (Euskadiko Turismo Gidariak) elkartearen bidez	0,3	0,0	0,3	0,0	1,3	0,0
Erreserbak egiteko plataforma/webguneen bidez	0,0	0,3	1,7	0,3	0,6	0,0
Escapada Rural webgunearen bidez	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Marketplaces bidez	0,4	0,2	0,5	0,0	0,5	0,0
Bezeroen zorroaren / Lehengo bezeroen bidez	0,3	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Airbnb bidez	0,2	0,0	0,9	0,5	0,6	0,0
Turismo-bulegoen bidez	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Azoken bidez	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Erreferentzien bidez	0,3	0,0	0,0	0	0,0	0,0
Besterik	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Merkaturatzeko bide nagusia

*12G. 2024ko ekitaldian, zer bideren bidez merkaturatu edo saldu dituzu zure produktu/zerbitzuak? Adierazi, % 100aren gainean, zer portzentaje edo garrantzi duen merkaturatu edo salmentarako bide bakoitzak (erantzun anitza).
Oinarria: Bezero nagusiek adierazten dituzten ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

Enpresa gehienek ez dute aldaketarik egin merkaturatzeko beren estrategian 2024an zehar. Haatik, turismo-industriako hamar enpresatik ia batek (guztien % 9,3) produktuak eta zerbitzuak saltzeko moduan ekimen berritzaileren bat gauzatu du.

Merkaturatzeko modu edo bide berrietara neurri handiagoan jo duen industriaren profila bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen multzoan aurkitzen dugu. Alojamen duaren barnean, eraldaketa handiagoa ikusten da hotelen eta campingen kasuan, gainerako alojamendu motekin alderatuz.

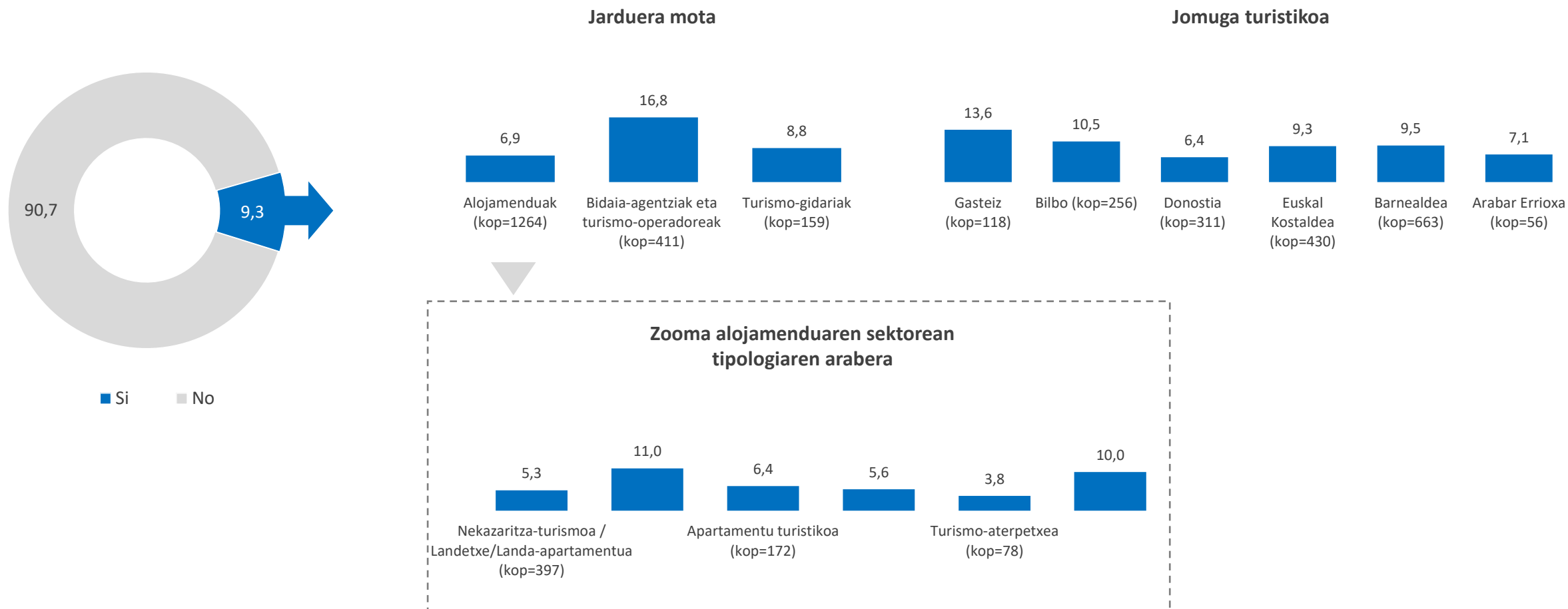
Jomuga turistikoei dagokienez, Gasteizen finkatutako enpresek dinamismo handiagoa erakusten dute beren merkaturatze-estrategian, beren banaketarako bideak birdoitu dituztelarik.

Txertatutako aldaketei dagokienez, jardueraren digitalizaziorako joera handiago batekin dute zerikusia, online bideak eta web-orrialdea gaineratuta, % 29,4k aipatzen duenez. Ondoren, online bidaia-agentziak (OTA) aipatu behar dira, aldaketak egin dituzten enpresen % 22,4 aipatuz. Hirugarrenik, zuzeneko merkaturatze-prozesuak ere aipatzen dira, komunikaziorako hainbat bide erabiliz (% 16,5).

Garrantzi gutxiago dute beste zenbait alternatiba, esate baterako, zuzeneko salmentak, gizarte-sareak, irudi-aldaketa eta rebrandinga, bezzeroaren esperientzia hobetzea edo beste eragile batzuekin (adibidez, bidaia-agentziekin) lankidetzan aritzea beren merkataritza-estrategian berriro diseinatzean sartu dituzten berritasunak dira.

3.14. grafikoa. Merkataritza-estrategian berriki aldaketak egin dituzten turismo-industriako enpresak*

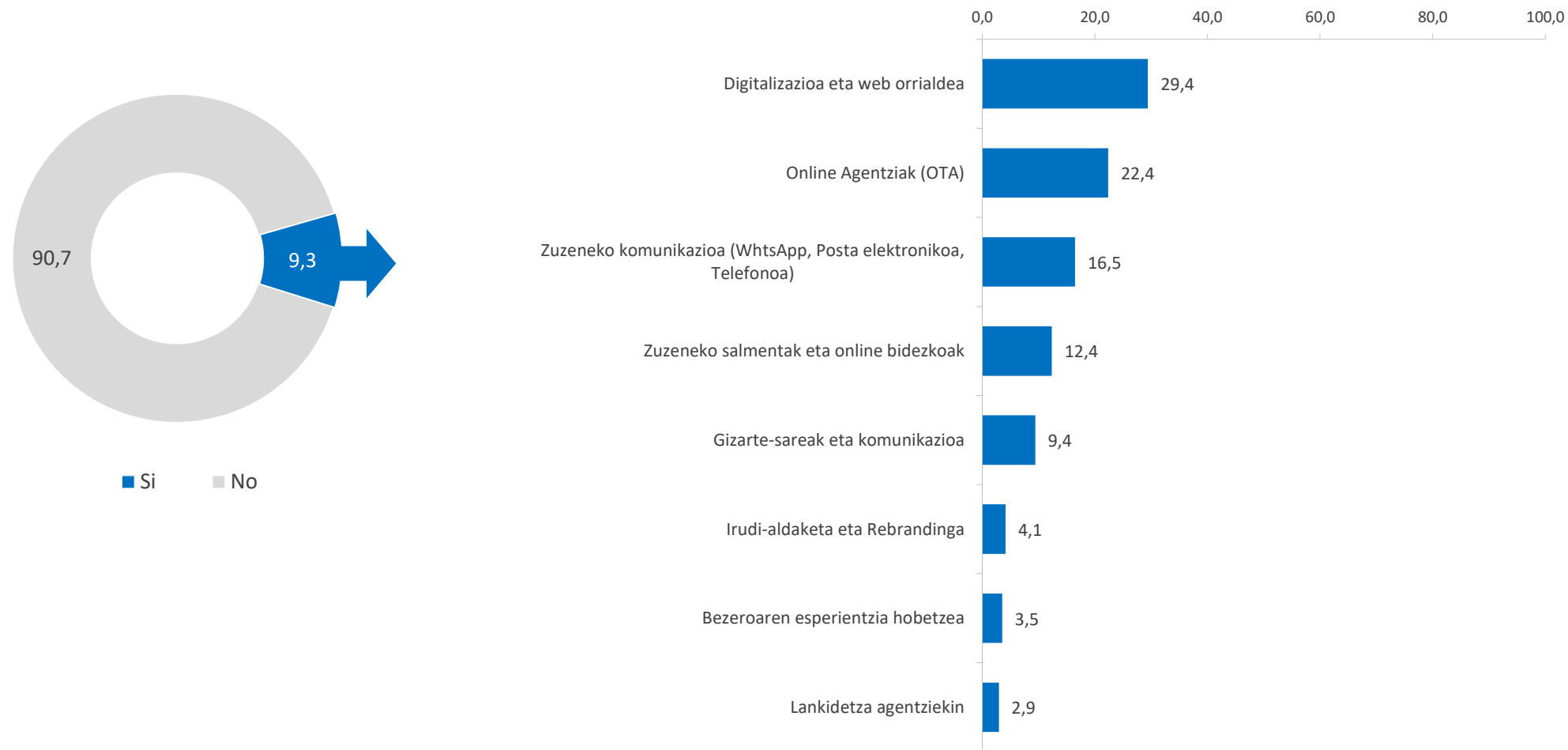
Unitatea: portzentajea (%)



*13G. Egin duzu aldaketa adierazgarrikerik zure merkaturatze-bideetan aurreko ekitaldian, 2024koan, aurreko urtearekin alderatuz?
Oinarria: Bezero nagusiek adierazten dituzten ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

3.15. grafikoa. Merkaturatze-bideetan berriki egindako aldaketa motak*

Unitatea: portzentajea (%)



*13.1.G. Adierazi ditzakezu merkaturatze-bideetan egon diren aldaketak? (erantzun anitza).
Oinarria: Merkaturatzean aldaketak egin dituzten ekonomia-jarduerak guztira (kop=170)



Enpresa-eraldaketa eta prestakuntza-ekintzak turismo-industrian



4.1. Enpresa-eraldaketarako ekintzak eta ekimena

4.1.- Enpresa-eraldaketarako ekintzak eta ekimena

Euskadiko turismo-industriako enpresa-ehunaren gehiengoak (% 55,0) enpresa-eraldaketa prozesuren bat burutu du azken hiru ekitaldietan ar, 2022-2024 bitartean. Aitzitik, % 45,0k adierazi du bere negozio-ereduan ez duela aldaketarik egiteko ekimenik ez burutu. Sektorearen eraldaketa-ekintzek sektorearen digitalizazioarekin (% 34,3), merkaturatzearen dibertsifikazioarekin eta fokua online bidezko bidean jartzearekin (% 30,3) eta produktu edo zerbitzu berrien garapenarekin (% 21,4) izan dute zerikusia nagusiki.

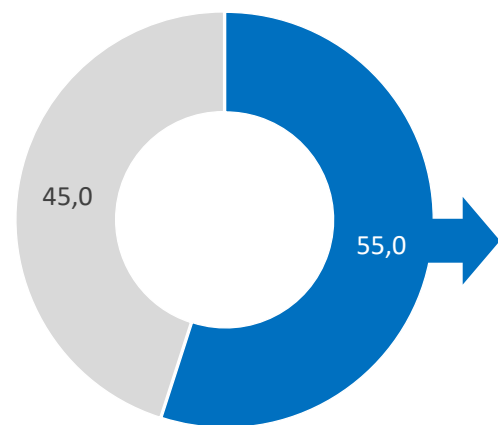
Beste ekintza mota batzuek, esate baterako, negozio-ereduaren eraldaketak (% 11,5) eta sareen bidezko reportingak (hootsuite) (% 8,6) edo merkatuko eta teknologiako zainketa-sistemaren aktibazioak (% 7,3) eragin txikiagoa izan dute multzoan.

Turismoarekin lotutako jardueren tipologia ezberdinetan erreparatuz, honako aldeak izan behar ditugu kontuan:

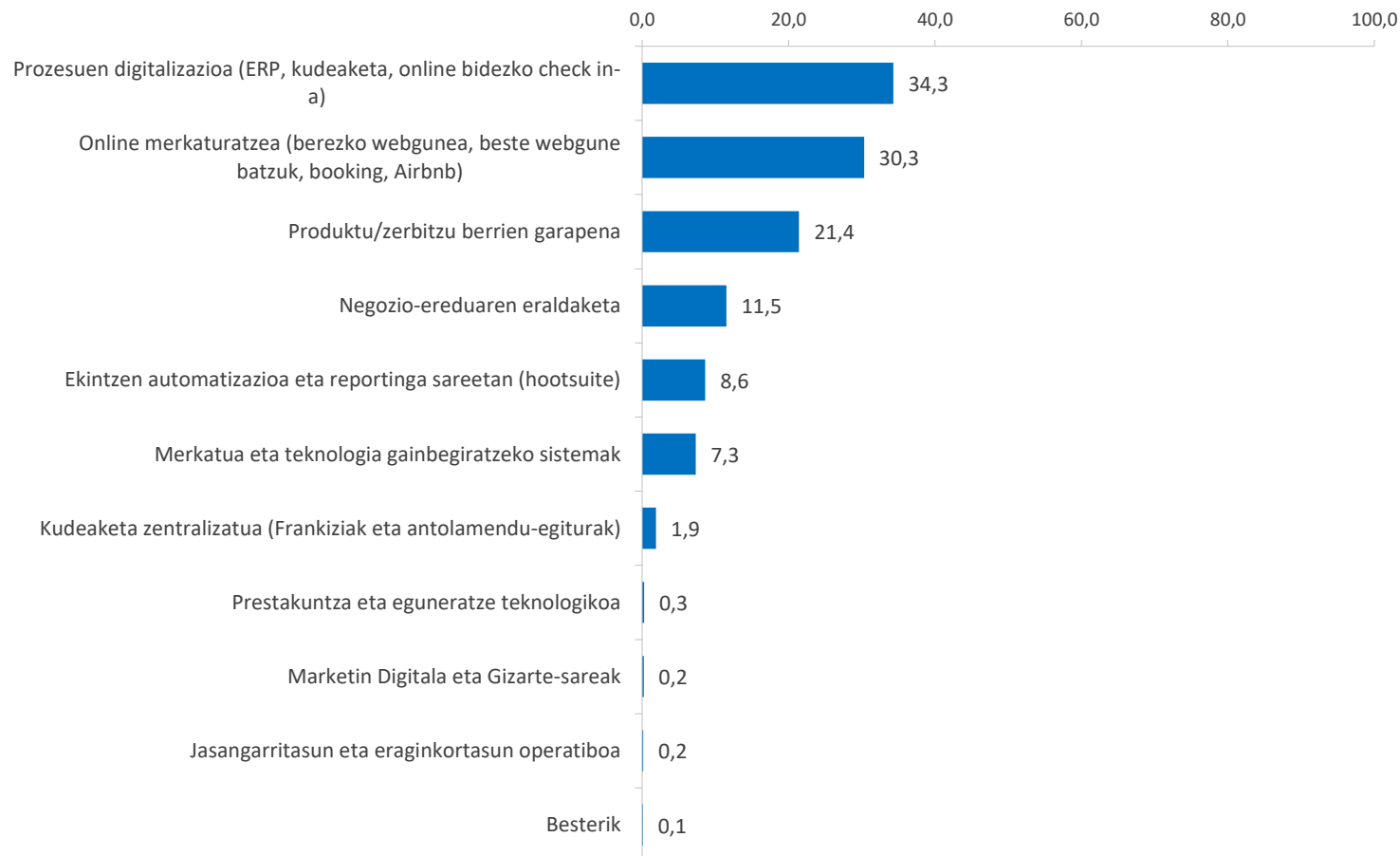
- Euskadiko alojamenduaren sektorean, bi enpresatik batek (% 49,6) negozio-eraldaketaren bat burutu du aztertutako aldian. Nagusiki, enpresa-prozesuen digitalizazioa (% 34,8) eta online bidezko bidean merkaturatzeko aukera (% 29,1).
- Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen multzoan, aitzitik, enpresa-eraldaketa egiaz gertatu den prozesua izan da sektoreko zati handi batean pandemiaren ostean egoera normalizatu zen urtetik, 2022. urtetik. Sektoreak aldaketa esanguratsuak egiteko premia ikusi du, kontsulta egin zaien enpresen % 71,5ak adierazten duen eran. Horrela, prozesuen digitalizazioa (% 42,3) eta produktu edo zerbitzu berrien garapena (% 40,6) izan dira lehenetsitako aukerak. Halaber, azpimarratu behar da online bidez merkaturatzen hasi den % 33,6a eta bere negozio-aldaketa berrikusi ondotik aldaketa sakonen bat egin izana adierazi duen % 26,0a.
- Turismo-gidarien kasuan, % 54,7k adierazi du jarduera eraldatu egin duela, batez ere produktu/zerbitzu berriak garatuta (% 40,3) eta online bidez merkaturatuta (% 31,4).

4.1. grafikoa. Turismo-industriak enpresa-eraldaketarako gauzatutako ekintzak 2022-2023-2024 aldian*

Unitatea: portzentajea (%)



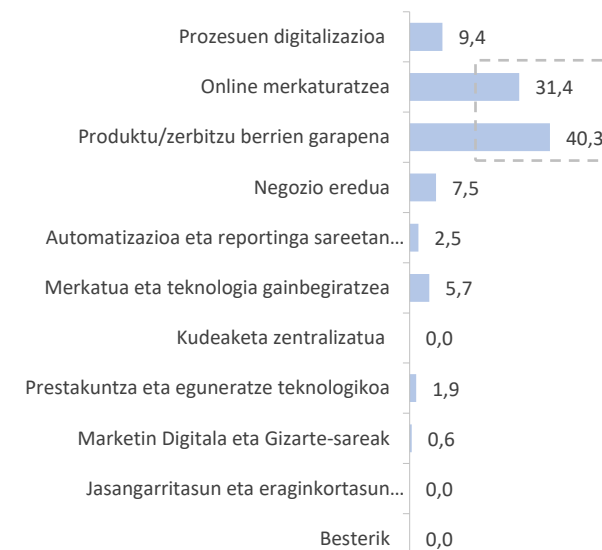
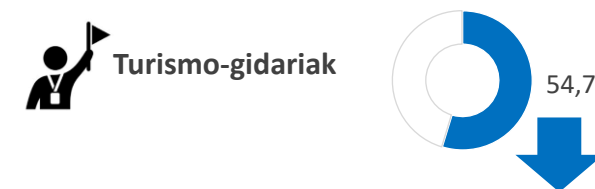
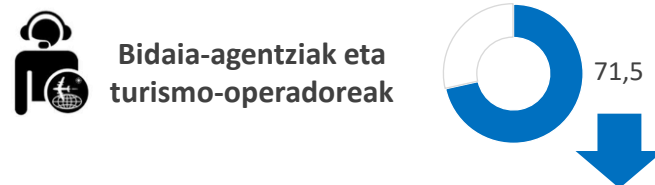
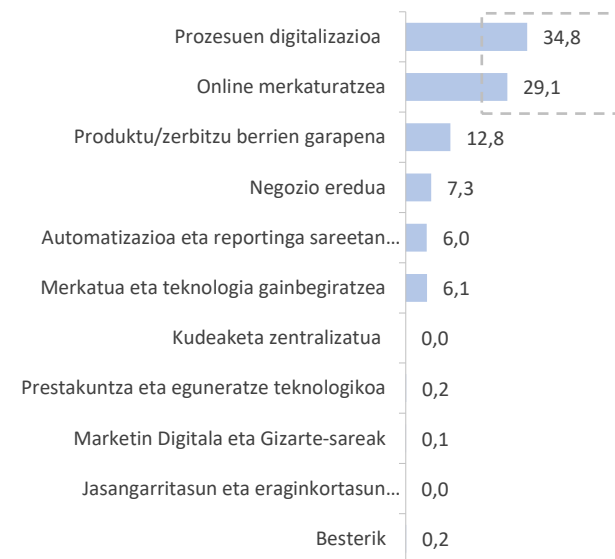
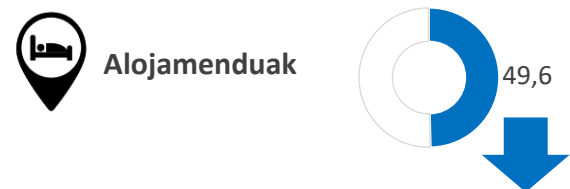
- Ekintzaren bat burutu du
- Ez du bakar bat ere burutu



*23G. Burutu duzu azken hori ekitaldietan (2022-2023-2024) ekintza hauetakoren bat?(Aukerako erantzunak erakutsi ziren. Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

4.2. grafikoa. Turismo-industriak enpresa-eraldaketarako gauzatutako ekintzak 2022-2023-2024 aldian, jarduera motaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



*23.G. Burutu duzu azken hori ekitaldietan (2022-2023-2024) ekintza hauetakoren bat? (Aukerako erantzunak erakutsi ziren. Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

Alojamenduaren sektoreko tipologia ezberdinetan sakonduz, dinamismo handiagoa aurkitzen dugu, aztertutako aldian enpresa-erlaketako prozesu handiagoa jorratu izana adierazi dutelarik, hotelen (% 62,7 eta campingen (% 60,0) kasuan, nahiz eta apartamentu turistikoaren (% 53,5) eta turismo-aterpetxeen (% 51,3) multzoan ere enpresa gehienek negozioa eraldatu duten.

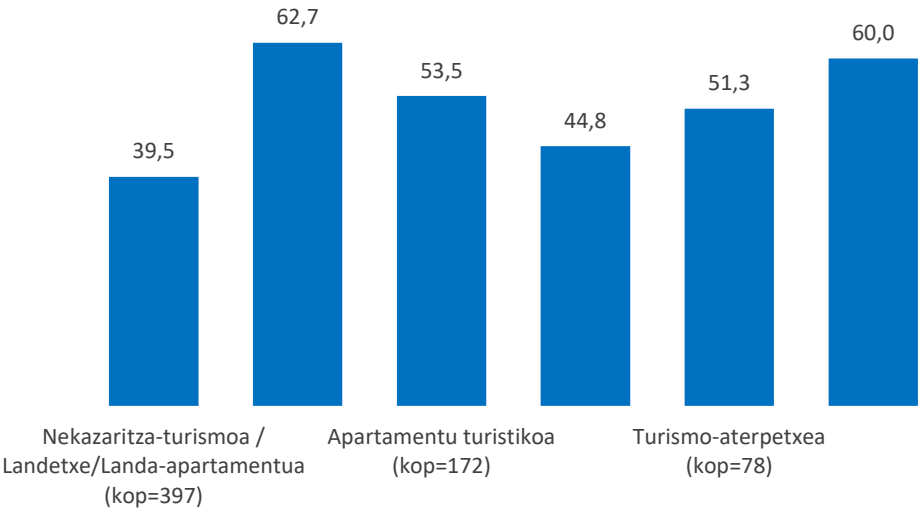
Enpresa-jardunaren dinamismo horrek eragin txikiagoa izan du pentsioen eta ostatuen (% 44,8) kasuan, eta baita, bereziki, nekazaritza-turismoaren eta landetxeen (% 39,5) kasuan ere.

Eskuratutako datuak aintzat hartuz baieztatu daitekeenez, digitalizazioa zeharkakoa izan da Euskadiko alojamenduaren sektoreko tipologia guztietan, hori izanik lehenetsitako ekintza, kudeaketarako ERP softwareak edo online bidezko check in sistemak sartuz, edo online bidez merkaturatzeko beste bide batzuk erabiliz, berezkoak edo marketplace nagusienak.

4.3. grafikoa. 2022-2023-2024 aldian enpresa eraldatzeko ekintzaren bat burutu duten alojamenduaren sektoreko enpresak eta ekintza mota*

Unitatea: portzentajea (%)

Zooma alojamenduaren sektorean
tipologiaren arabera



	Alojamenduaren sektoreko jardueraren xehetasuna					
	Nekazaritza-turismoa / Landetxe/Landa-apartamentua (kop=397)	Hotela (kop=319)	Apartamentu turistikoa (kop=172)	Pentsioa / Ostata (kop=270)	Turismo-aterpetxea (kop=78)	Campingak (kop=20)
Prozesuen digitalizazioa (ERP, kudeaketa, online bidezko check in-a)	23,2	47,3	37,2	35,2	34,6	40,0
Online merkaturatzea (berezko webgunea, beste webgune batzuk, booking, Airbnb)	24,2	38,2	32,0	22,2	33,3	40,0
Produktu/zerbitzu berrien garapena	10,6	17,2	12,8	7,8	19,2	25,0
Negozio-ereduaren eraldaketa	5,3	11,3	6,4	5,2	9,0	10,0
Ekintzen automatizazioa eta reportinga sareetan (hootsuite)	1,5	12,9	4,1	5,9	6,4	5,0
Merkatua eta teknologia gainbegiratzeko sistemak	1,8	11,3	6,4	5,2	9,0	10,0
Kudeaketa zentralizatu (Frankiziak eta antolamendu-egiturak)	--	--	--	--	--	--
Prestakuntza eta eguneratze teknologikoa	--	--	--	0,4	--	--
Marketin Digitala eta Gizarte-sareak	--	0,3	--	--	--	--
Jasangarritasun eta eraginkortasun operatiboa	--	--	--	--	--	--
Besterik	--	--	--	0,4	1,3	--

Eraldaketa-ekintza nagusiak tipologiaren arabera

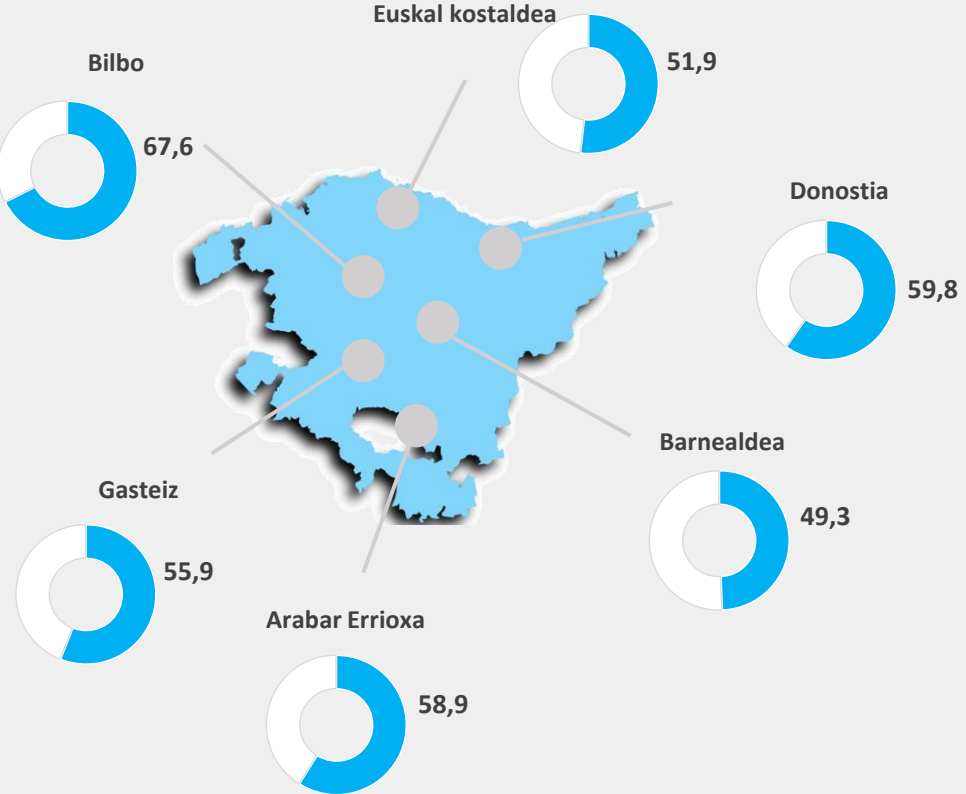
*23G. Burutu duzu azken hori ekitaldietan (2022-2023-2024) ekintza hauetakoren bat?(Aukerako erantzunak erakutsi ziren. Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

Bilbo jomugatzat duen turismo-industria nabarmentzen da egindako enpresa-eraldaketaren dimentsioagatik, kontsulta egin zaien enpresen % 67,6ra iristen dena, eta enpresaren kudeaketa arloan digitalizaziora begirako ekoizpen-teknologiak sartu dituen.

Bigarren koskan, Donostiako (% 59,8), Arabako Errioxako (% 58,9), Gasteizeko (% 55,9) eta Euskal kostaldeko (% 51,9) jomugetako industria gehienek beren enpresa-egiturak berritu dituztela ikus dezakegu, hainbat esparrutan (prozesuak, produktuak eta zerbitzuak, merkaturatzea...).

Aitzitik, Barnealdeko jomuga turistikoaren kasuan, turismo-industriaren enpresa-eraldaketak zertxobait apalagoa izan da (% 49,3). Eremu geografiko horretan, sektoreak egin duen ekintza nagusia merkaturatzeko bidea dibertsifikatzea izan da, berezko webguneak garatuz berezko sistemak txertatuz, edo marketplace-tan agertuz.

4.4. grafikoa. 2022-2023-2024 aldiaren enpresa eraldatzeko ekintzaren bat burutu duten turismo-industriako enpresak jomuga turistikoaren arabera*
Unitatea: portzentajea (%)



*23G. Burutu duzu azken hori ekitaldietan (2022-2023-2024) ekintza hauetakoren bat? (Aukerako erantzunak erakutsi ziren. Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

4.1. taula. Turismo-industrian enpresa eraldatzeko burututako ekintza motak 2022-2023-2024 aldiaren jomuga turistikoaren arabera*
Unitatea: portzentajea (%)

	Jomuga turistikoa					
	Gasteiz (kop=118)	Bilbo (kop=256)	Donostia (kop=311)	Euskal kostaldea (kop=430)	Barnealdea (kop=663)	Arabar Errioxa (kop=56)
Prozesuen digitalizazioa (ERP, kudeaketa, online bidezko check in-a)	33,9	46,1	39,2	34,9	26,1	46,4
Online merkaturatzea (berezko webgunea, beste webgune batzuk, booking, Airbnb)	31,4	34,4	34,4	28,8	27,3	33,9
Produktu/zerbitzu berrien garapena	25,4	24,6	21,5	19,1	21,3	17,9
Negozio-ereduaren eraldaketa	16,9	12,9	11,6	11,2	10,0	14,3
Ekintzen automatizazioa eta reportinga sareetan (hootsuite)	12,7	10,9	11,6	7,9	6,0	8,9
Merkatua eta teknologia gainbegiratzeko sistemak	11,0	9,4	8,0	7,0	5,4	10,7
Kudeaketa zentralizatua (Frankiziak eta antolamendu-egiturak)	4,2	3,5	--	1,9	2,0	--
Prestakuntza eta eguneratze teknologikoa	0,8	--	0,6	0,2	0,2	--
Marketin Digitala eta Gizarte-sareak	0,8	--	0,3	--	0,3	--
Jasangarritasun eta eraginkortasun operatiboa	--	--	--	0,2	0,3	--
Besterik	--	--	0,3	--	0,2	--

Eraldaketa-ekintza nagusiak



4.2. Enpresa-ehunaren premien identifikazioa

4.2.- Enpresa-ehunaren premien identifikazioa

Beren jarduera garatzeko zer premia jotzen dituzten lehentasunezko galdetuta, Euskadiko turismoaren sektoreko enpresek lehen tokian administrazio-izapideak sinplifikatzea aipatzen dute, alderdi hori sektore guztiaren % 46,3ak adierazi du. Faktore horrek garrantzia handiagoa hartzen du alojamenduaren sektorean, azkenaldian, bete beharreko izapide berrien bidez bisitariak erregistratzeko prozesuak areagotu egin direla ikusi baitu. Berez, alojamenduaren sektorean % 50,2k alderdi hori aipatu du une honetan negozioaren funtzionamendurako garrantzitsuentzat, eta sumatu da eskakizuna hertsia dela nekazaritza-turismoen edo landetxeen, campingean, apartamentu turistikoaren edo pentsioen eta ostatuen kasuan, oro har pertsona bakarreko enpresa gehiago dituzten negozioetan.

Industriari bere osotasunean berriro begiratu, azpimarragarriak dira, era berean, turismo-jarduera erregulatzekeko premiari (% 32,3) edo pizgarri ekonomikoen bidez bultzada finantzarioa emateko premiari (% 31,8) egindako aipamenak. Era berean, sektorearen zati handi batek adierazi du bisitariak erakartzen dituzten ekitaldi, ikuskizun edo azokak bultzatu behar direla (% 27,3) edo nazioarteko merkatuan jomuga sustatzeko ekintzak sortu behar direla (% 24,3), eta neurri txikiagoan, Espainiakoan (% 19,6). Era berean, gero eta aldakorragoa den ekosistema batean, enpresek barne-mugikortasunean eta jomugaren konektibitateko hobekuntzak (% 18,3), prestakuntza (% 17,8), lankidetzaren publiko-pribatua (% 10,2), erakunde arteko lankidetzaren (% 5,2) edo sektoreari berari buruzko ezagutza (% 5,6) aipatu dituzte.

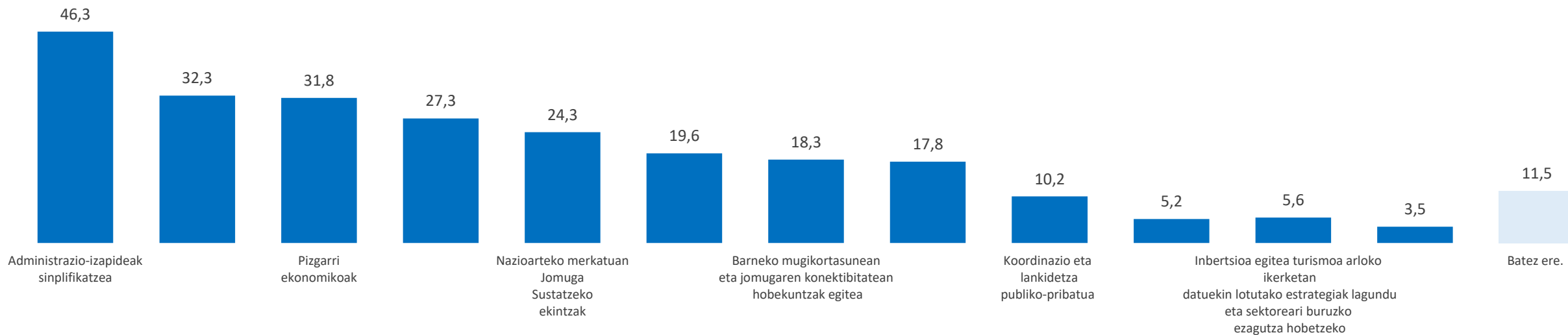
Finean, identifikatutako premia nagusiek argi eta garbi eskatzen dute esku-hartzea, erakundearen laguntza eta, are, lankidetzaren, dela araudia sinplifikatuz, dela ahalegin ekonomia indartuz, edo sektorea sustatzeko eta dinamizatzeko politika aktiboak garatuz, etab.

Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, administrazio-izapideak sinplifikatzeko premia azpimarratzen da, Euskadiko alojamenduaren sektorean bezalaxe. Baita pizgarri ekonomikoak izateko eta sektorea prestatzeko premia ere.

Bestalde, turismo-gidariak nazioarteko merkatuan jomuga sustatzeko, turismo-jarduera erregulatzeke eta lankidetzaren publiko-pribatua hobetu eta txertatzeko ekintzen premia adierazten dute.

4.5. grafikoa. Turismo-industriak identifikatutako negozio arloko premiak*

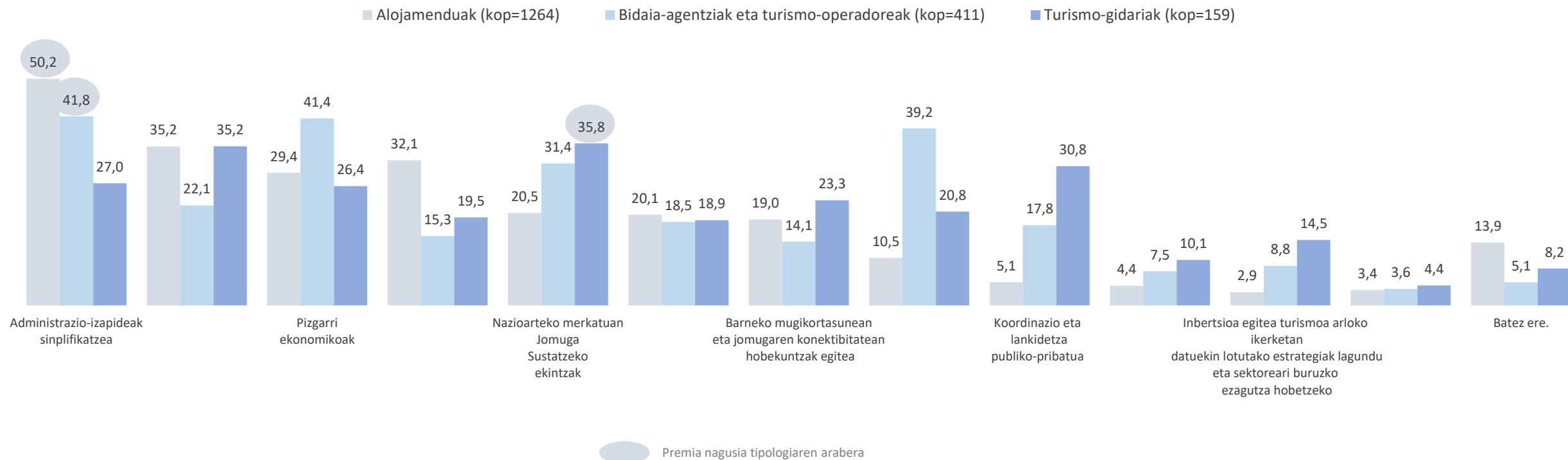
Unitatea: portzentajea (%)



*24G. Hurrengo alderdi hauen artean, hautatu une honetan zure negozioarako premiazkoen iruditzen zaizkizun hirurak. (Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

4.6. grafikoa. Turismo-industriak identifikatutako negozio-premiak jardura motaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



*24G. Hurrengo alderdi hauen artean, hautatu une honetan zure negozioarako premiazkoen iruditzen zaizkizun hirurak. (Erantzun anitza)

Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

4.2. taula. Alojamenduaren sektoreko turismo-industriak identifikatutako negozio-premiak jarduera motaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)

	Alojamenduaren sektoreko jardueraren xehetasuna					
	Nekazaritza-turismoa / Landetxe/Landa- apartamentua (kop=397)	Hotela (kop=319)	Apartamentu turistikoa (kop=172)	Pentsioa / Ostata (kop=270)	Turismo-aterpetxea (kop=78)	Campingak (kop=20)
Administrazio-izapideak sinplifikatzea	54,7	42,6	52,9	52,2	44,9	55,0
Turismo-jarduera erregulatzea	45,6	29,5	30,8	33,7	28,2	20,0
Pizgarri ekonomikoak	28,5	29,8	30,8	28,1	30,8	45,0
Ekitaldiak ikuskizunak edota azokak sustatzea	20,2	43,9	31,4	37,4	37,2	10,0
Nazioarteko merkatuan Jomuga Sustatzeko ekintzak	19,4	26,0	15,7	18,1	23,1	15,0
Merkatu nazionalean Jomuga Sustatzeko ekintzak	21,2	21,0	19,2	19,3	16,7	15,0
Barneko mugikortasunean eta jomugaren konektibitatean hobekuntzak egitea	14,1	29,2	13,4	17,4	14,1	45,0
Prestakuntza (digitalizazioa, marketina..)	10,6	13,5	8,7	8,9	5,1	15,0
Koordinazio eta lankidetzak publiko-pribatua (instituzioak-enpresak - elkarteak)	4,5	9,4	4,7	1,1	3,8	10,0
Inbertsioa egitea turismoa arloko ikerketan datuekin lotutako estrategiak lagundu eta sektoreari buruzko ezagutza hobetzeko	3,5	2,8	3,5	6,3	9,0	10,0
Erakundeen arteko koordinazioa eta lankidetzak	2,8	3,8	3,5	1,5	2,6	5,0
Besterik	3,3	2,5	3,5	4,4	3,8	5,0
Batez ere.	13,4	8,8	18,6	15,9	19,2	10,0

Premia nagusiak tipologiaren arabera

*24G. Hurrengo alderdi hauen artean, hautatu une honetan zure negozioarako premiazkoen iruditzen zaizkizun hirurak. (Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

Enpresa lekutzen den jomuga turistikoaren arabera lurralde-ikuspegiak beste ikuspuntu bat ematen du Euskadiko enpresek identifikatutako lehentasun eta premien inguruan:

- Gasteiz jomugan, enpresek administrazio-izapideak sinplifikatzea, hirian ekitaldiak egitea bultzatzea eta sektorean prestakuntza egitea, digitalizaziorako edo marketinerako irisgarritasun handiago batekin, azpimarratzen dituzte.
- Bestalde, Bilbo jomugan premiek administrazio-izapideak sinplifikatzearekin, ekimen edo ekitaldi handiak bultzatzearekin, jomuga nazioartean sustatzearekin eta turismo-jarduera arautzearekin dute zerikusia.
- Donostian administrazio-izapideak sinplifikatzea eta ekitaldiak sustatzea lehenesten dira, nagusiki.
- Euskal kostaldeari dagokionez, administrazio-izapideak sinplifikatzeko eta turismo-jarduera gehiago erregulatzeko premia azpimarratzen da.
- Barnealdearen kasuan, turismo-industriak gehiago begiratzen dio administrazioaren eskakizunei eta ezarritako izapideei, eta baita laguntza publikoa edo pizgarri ekonomikoak bultzatzeari ere.
- Azkenik, Arabako Errioxan administrazio-eskakizunak eta -izapideak malgutzeko, jomuga bultzatu eta nazioarteko merkatuan sustatzeko eta turismo-jarduera erregulatzeko premiak nabarmentzen dira modu esanguratsuan.

4.3. taula. Turismo-industriak identifikatutako negozio-premiak jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)

	Jomuga turistikoa					
	Gasteiz (kop=118)	Bilbo (kop=256)	Donostia (kop=311)	Euskal kostaldea (kop=430)	Barnealdea (kop=663)	Arabar Errioxa (kop=56)
Administrazio-izapideak sinplifikatzea	33,9	39,5	44,4	49,3	49,6	51,8
Turismo-jarduera erregulatzea	22,0	34,4	31,5	37,7	29,9	35,7
Pizgarri ekonomikoak	28,0	28,9	28,0	32,3	35,7	23,2
Ekitaldiak ikuskizunak edota azokak sustatzea,	30,5	37,5	33,4	23,5	23,1	17,9
Nazioarteko merkatuan Jomuga Sustatzeko ekintzak	26,3	34,8	28,9	20,0	19,0	41,1
Merkatu nazionalean Jomuga Sustatzeko ekintzak	22,9	18,4	16,7	17,4	22,2	21,4
Barneko mugikortasunean eta jomugaren konektibitatean hobekuntzak egitea	21,2	18,0	19,6	18,8	16,1	26,8
Prestakuntza (digitalizazioa, marketina..)	29,7	18,0	16,7	17,4	16,9	12,5
Koordinazio eta lankidetzak publiko-pribatua (instituzioak-enpresak - elkarrekin)	21,2	10,9	9,6	8,6	9,2	10,7
Inbertsioa egitea turismoa arloko ikerketan datuekin lotutako estrategiak lagundu eta sektoreari buruzko ezagutza hobetzeko	5,1	7,0	7,4	5,8	4,1	5,4
Erakundeen arteko koordinazioa eta lankidetzak	3,4	7,0	5,1	7,7	3,6	1,8
Besterik	1,7	3,5	4,2	4,9	3,0	--
Batez ere.	14,4	7,8	11,9	10,5	13,3	5,4

Premia nagusiak jomuga turistikoaren arabera

*24G. Hurrengo alderdi hauen artean, hautatu une honetan zure negozioarako premiazkoen iruditzen zaizkizun hirurak. (Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)



4.3. Turismo-industriak prestakuntza-ekintzetan eta premiak hautemateari dagokionez duen partaidetza

4.3.- Turismo-industriak prestakuntza-ekintzetan eta premiak hautemateari dagokionez duen partaidetza

Euskadiko industrian 2024an zehar turismo-jarduerarekin lotutako prestakuntza-ekintzetan izandako partaidetzaren azterketak sektore ezberdinen eta enpresa mota ezberdinen artean aldeak erakusten ditu. Oro har, jardueren ia erdiek (% 49,8) ez dute beren plantillako kiderik inplikatu prestakuntza-mota horretan; aitzitik, langile guztiek parte hartu dutela adierazi dutenak, berriz, % 31,5 dira; bi muturrak ikusten dira: alde batetik, trebakuntzarekin konpromiso handia duten industriak ditugu, eta beste alde batetik, interes gutxiago dutenak edo sartzeko mugak dituztenak.

Jarduera-sektore nagusiari erreparatuz, jarraian zehazten den eran, egoera oso ezberdina ikus daiteke partaidetzari dagokionez:

- Dirudienez, alojamenduaren sektorea da prestakuntzarekin konpromiso txikiena agertzen duena. Enpresen % 61,1ak muzin egin dio prestakuntza-ekintzetan parte hartzeari. Soilik % 17,7ren kasuan parte hartzen du plantilla osoak. Horrek adierazten du langileak liberatzeko eta beren gaikuntza hobetzeko zailtasun operatiboak edo egiturazko mugak egon daitezkeela adierazten du.
- Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan konpromiso handiagoa ikusten da, eta aipagarria da enpresa horien % 62,5ak bere plantillaren % 100ari eman diola prestakuntza. Gainera, % 21,2a baino ez da prestakuntza-ekintzarik egin ez duena. Horrek etengabeko hobekuntzari eta profesionalizazioari begirako jarrera argia iradokitzen du eraldaketa nabarian dagoen sektore batean, aurreko kapituluetan ikusi dugun eran.
- Azkenik, turismo-gidariei ere inplikazio handia erakusten dute prestakuntzan. Hemen, jardueren % 60,4k % 100eko prestakuntza jaso izana adierazi dute, dakigunez, pertsona bakarreko negozioak gailentzen diren esparru batean. Bestalde, % 34,0k ez du parte hartu. Horrenbestez, litekeena da gidari askoren izaera autonomoak eragina izatea muturtze edo polarizazio horretan.

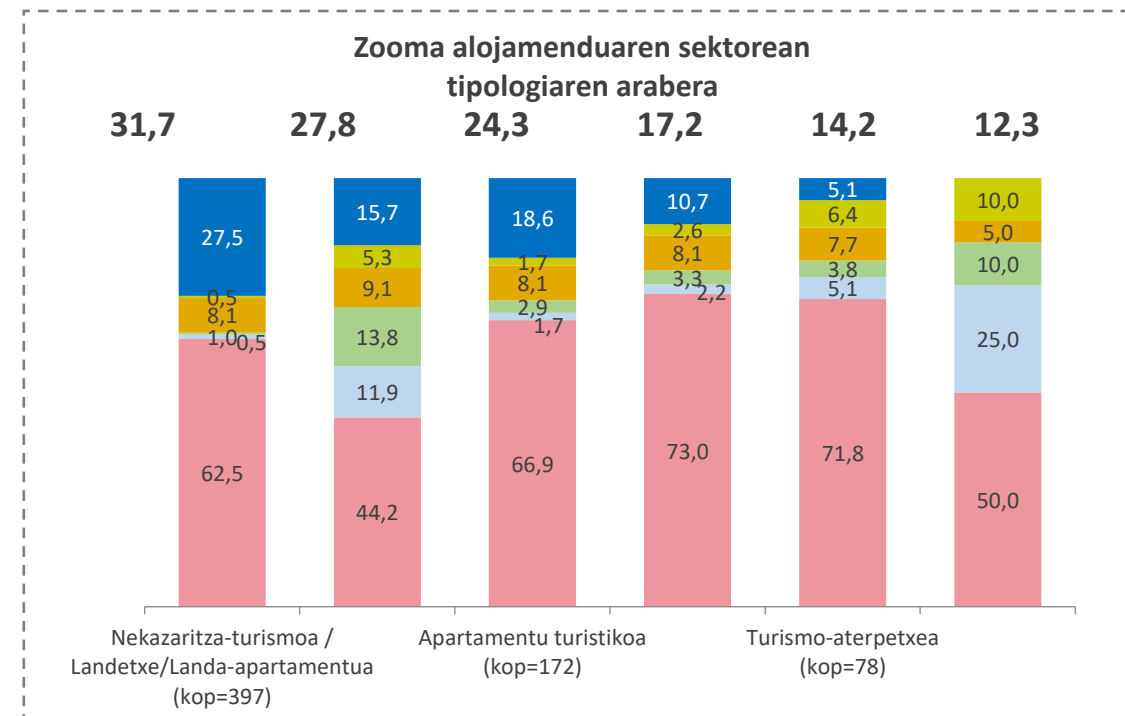
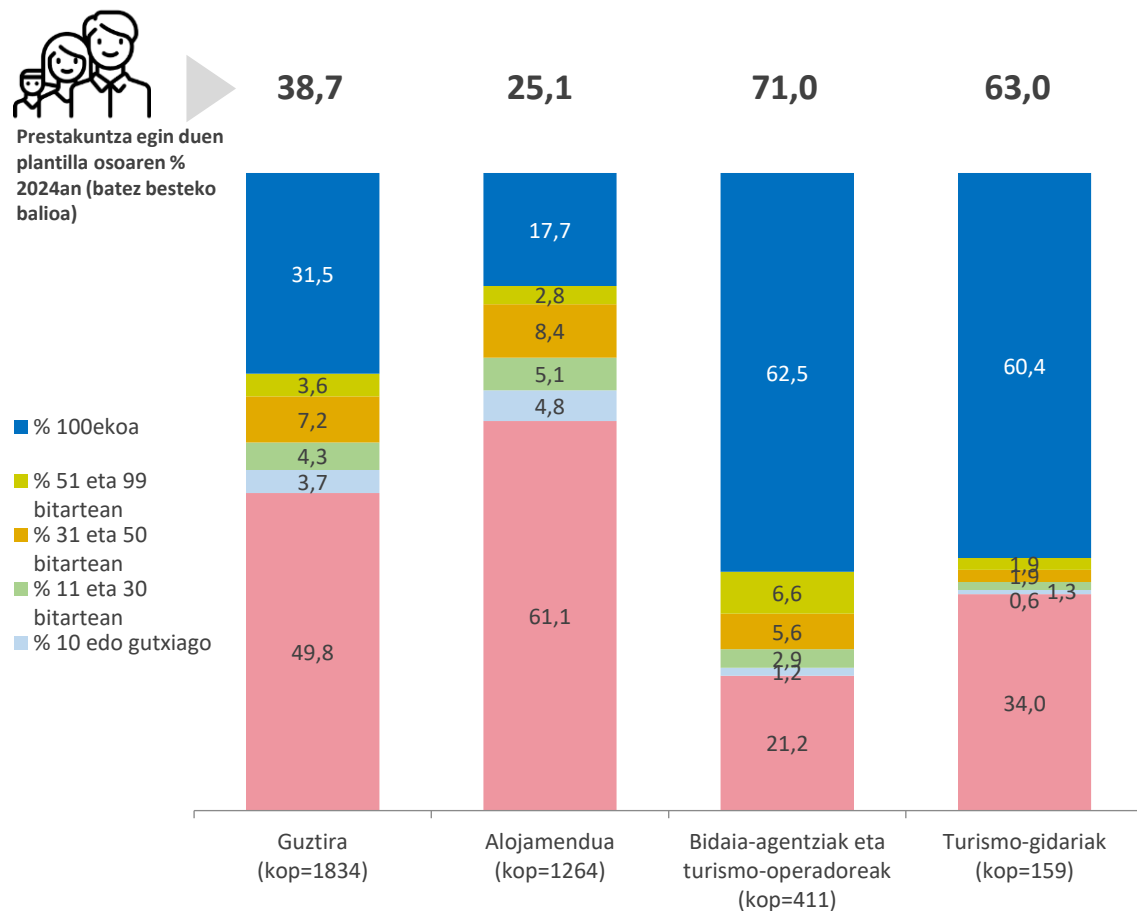
Laburbilduz, alderaketa-datuek lehiakortasuna hobetzeko funtsezkoa den prestakuntza sustatzetik urrunago dagoen alojamenduaren sektore bat islatzen dute. Haatik, tipologia batzuek oztopo gehiago ipintzen dute alderdi honetan. Hori da pentsio/ostatuen (% 73,0), turismo-aterpetheen (% 71,8) eta turismo-apartamentuen (% 66,9) kasua. Kasu horiek egitura-mugak (baliabideak, tamaina, langileen behin-behinekotasuna) edo prestakuntza-premiaren pertzepzio txikiagoa islatu ditzakete.

Hotelen kasuan, prestakuntza-partaidetzan oreka handiagoa nabari da, %44,2k ez baitu inolako prestakuntzarik egin, baina banaketa nabarmena aurkitzen dugu tarteko tarteetan, bereziki langileen %11-30ean (%13,8) eta %31-50ean (%9,1). Halere, soilik % 15,7k prestatu du plantillaren % 100. Horrek hobetzeko asko dagoela adierazten du baita tradizionalki profesionalizatuagoa egon den segmentu honetan ere.

Azkenik, adierazi behar da nekazaritza-turismoak edo landetxeak (% 27,5) eta apartamentu turistikoak (% 18,6) direla konpromiso gehien erakusten duten eta plantillanko portzentaje handiena prestatu duten tipologia.

4.7. grafikoa. Partaidetza turismo-industriako prestakuntza-ekintzetan*

Unitatea: portzentajea (%)



*25G. 2024an zehar, zein da turismo-jarduerarekin lotutako prestakuntza-ekintzetan parte hartu duen enpresako plantillaren portzentajea?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

Inkestan jasotako datuen arabera, kontsulta egin zaien turismo-industriako enpresen % 65,3k prestakuntzarekin lotutako premia espezifiko bat identifikatu du gutxienez bere negozioarako. Horrek gaikuntzaren garrantziaren gainean kontzientzia nabarmena dagoela adierazten du. Hala ere, aitorpen hori ez dator bat lehen ikusi dugun prestakuntza-ekintzetan benetako parte hartzearekin. Horrek adierazten du eguneroko kudeaketan edo zehaztapenean oztopoak daudela, prestakuntza mugatzen ari daitezkeenak.

Oro har, industriak gaitasun digitalak eskuratzea lehentasunezko zatia identifikatu du (% 49,9). Hori da gehien adierazi den premia. Horrek ingurune digitalaren presioa gero eta handiagoa dela islatzen du, hala kudeaketa-prozesuetan, nola bezeroekiko harremanean, merkaturatzean, marketinean...

Bigarrenik, marketina eta merkaturatzea aipatzen dira (% 44,5), bereziki lehia handia den eta salmentarako bideak etengabeko bilakaeran dauden testuinguru batean. Halaber, garrantzitsua da enpresa-kudeaketa (% 36,1) eta produktu turistikoaren sorrera (% 25,6) aipatu dutenen portzentajea. Beste premia batzuetan (% 9,1) hainbat alderdi sartzen dira, esate baterako, hizkuntzak, lurraldearen eta ondarearen ezagutza, zerga-araudia, adimen artifizialaren erabilera, bezeroaren arreta edo giza baliabideak. Aniztasun horrek sektorean jarduten duten profil ezberdinetara egokitutako prestakuntza zeharkakoa gero eta gehiago eskatzen dela iradokitzen du.

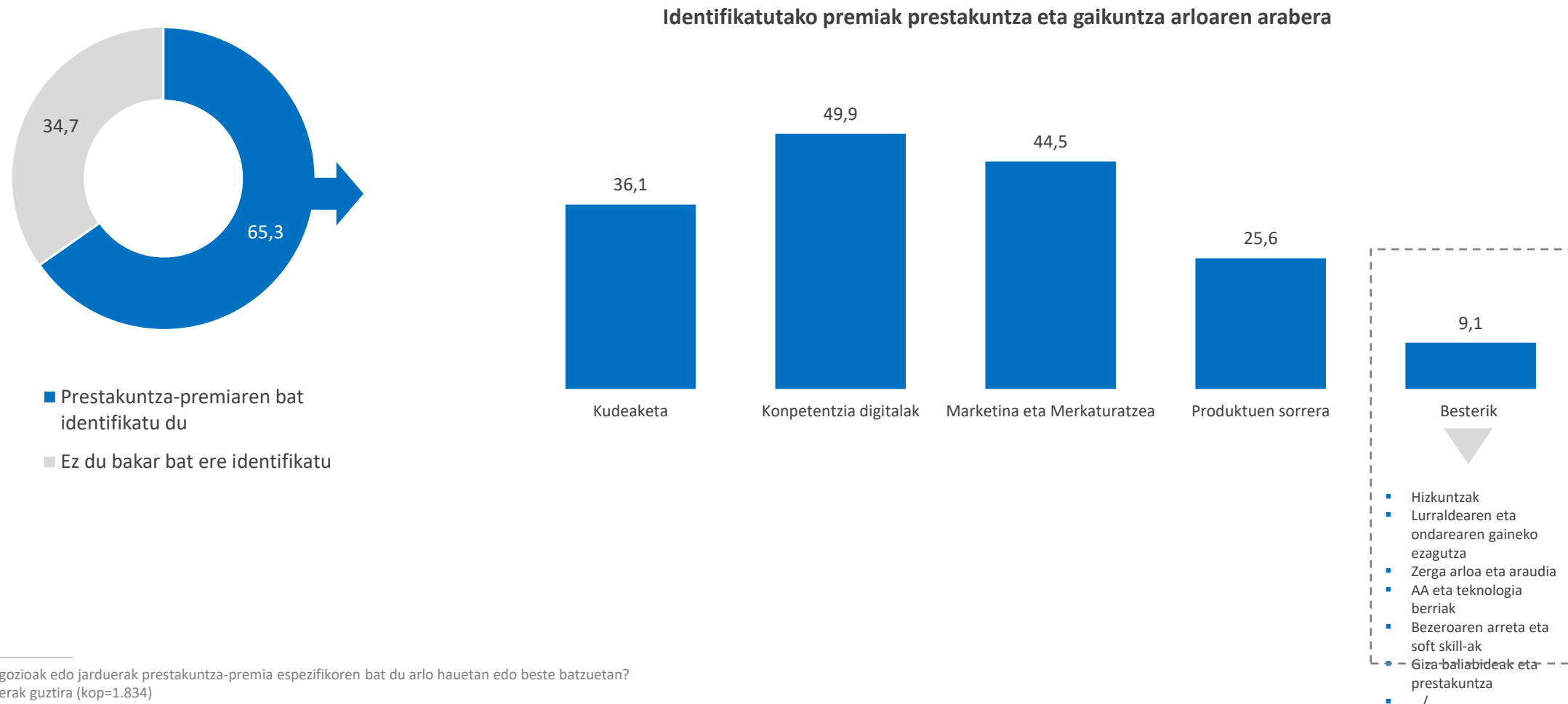
Prestakuntza-ekintzetan jarduera-taldearen arabera parte hartzeari buruz aurretiaz ikusi den aldeak, era berean, erakusten du prestakuntza-premiaren pertzepzioa handiagoa dela bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen, eta turismo-giden kasuan, alojamenduaren sektorearen aldean. Horrela, bidaia-agentzien eta operadoreen multzoko enpresen % 80,0k premiaren bat identifikatu du, nagusiki, gaitasun digitalekin eta marketinarekin zein merkaturatzearekin lotuta. Turismo-gidarien kasuan datu hori are handiagoa da, % 84,9koa, eta aurrez aipatutakoez gain, kudeaketa arloko gaikuntza adierazten da.

Alojamenduaren sektorean ere gehiengoak prestakuntza-premiak identifikatzen ditu. Dena den, datu hori apalagoa da, % 58,0koa. Puntu honetan, pentsioen eta ostatuen zein landa-eremuko alojamenduen kasuan premia txikiagoa identifikatzen da, eskuratutako emaitzei so.

Azkenik, adierazi behar da turismo-industriak identifikatutako prestakuntza-premia ia guztiak egungo negozioa egokitu edo birbideratzeko direla, eta ez horrenbeste beren proposamena dibertsifikatzeko, berri bati ekinez.

4.8. grafikoa. Prestakuntza-premia espezifikoak identifikatzen dituen turismo-industriako enpresen tasa*

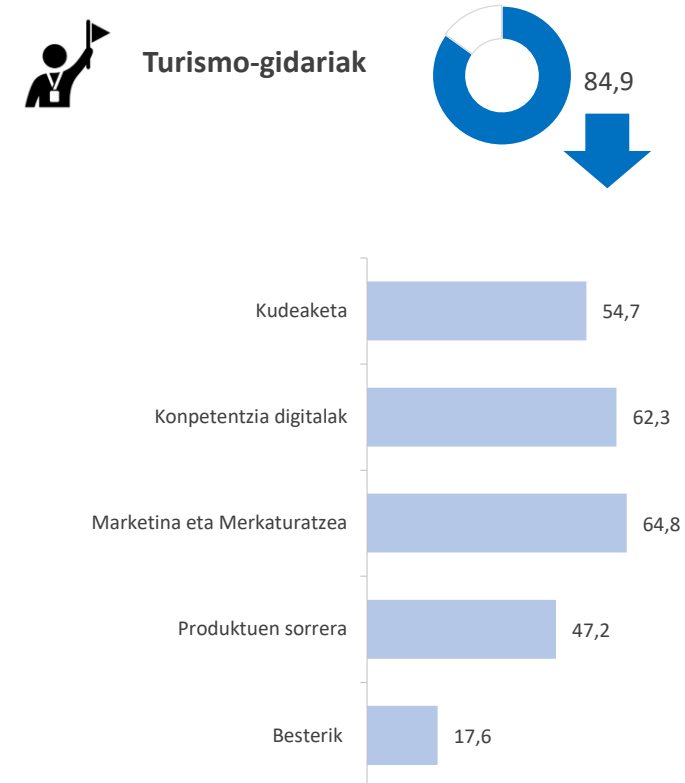
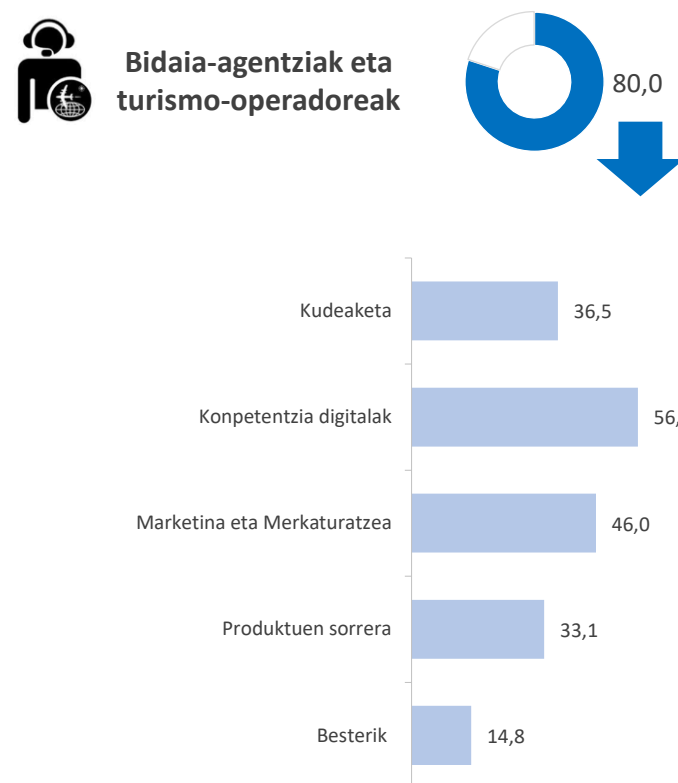
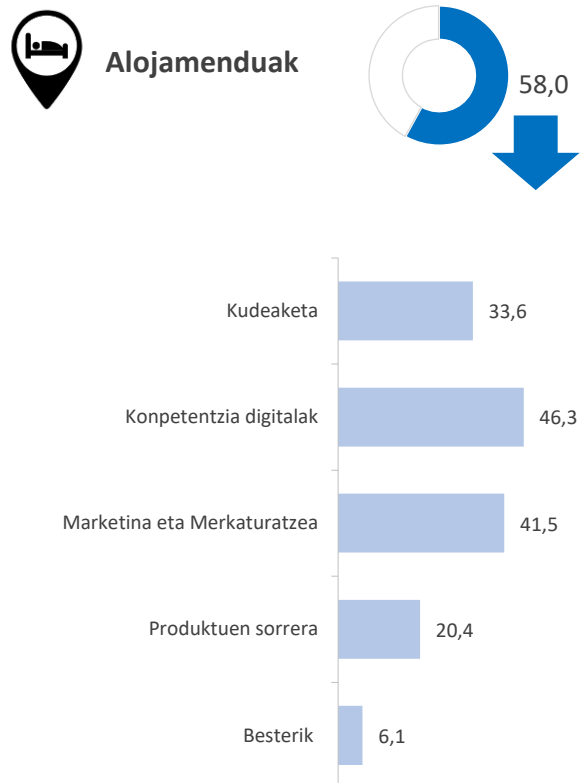
Unitatea: portzentajea (%)



*26G. Zure ustez, zure negozioak edo jarduerak prestakuntza-premia espezifikoren bat du arlo hauetan edo beste batzuetan?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

4.9. grafikoa. Prestakuntza-premia espezifikoa identifikatzen dituen turismo-industriako enpresen tasa jarduera-sektorearen arabera*

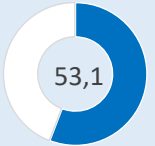
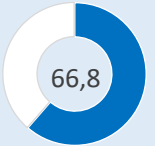
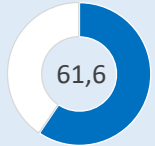
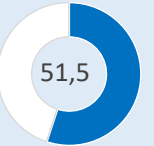
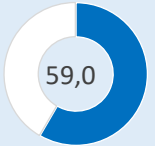
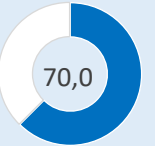
Unitatea: portzentajea (%)



*26G. Zure ustez, zure negozioak edo jarduerak prestakuntza-premia espezifikoren bat du arlo hauetan edo beste batzuetan?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

4.4. taula. Prestakuntza-premia espezifikoa identifikatzen dituen turismo-industriako enpresen tasa alojamenduaren tipologiaren arabera*

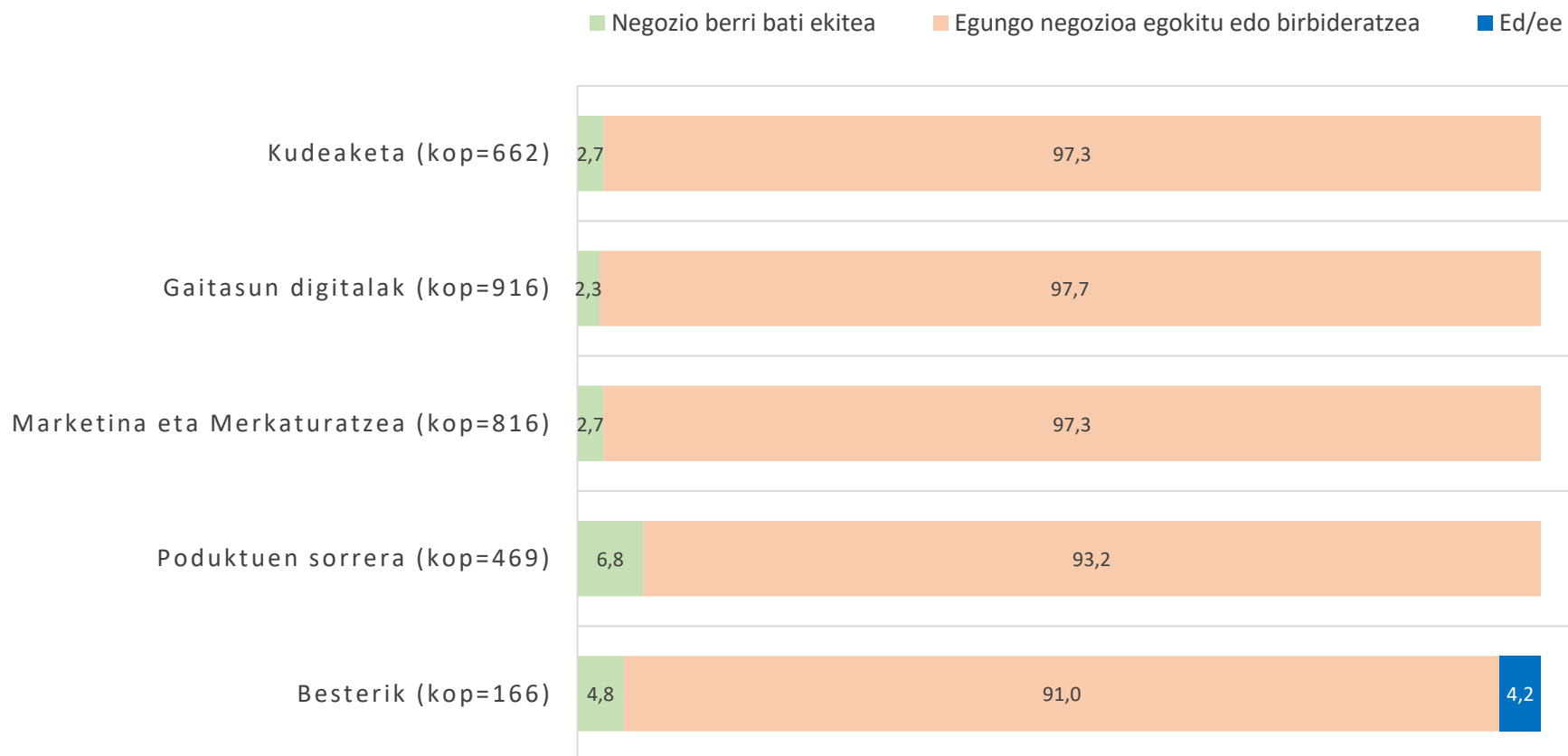
Unitatea: portzentajea (%)

	Alojamenduaren sektoreko jardueraren xehetasuna					
	Nekazaritza-turismoa / Landetxe/Landa-apartamentua (kop=397)	Hotela (kop=319)	Apartamentu turistikoa (kop=172)	Pentsioa / Ostataua (kop=270)	Turismo-aterpetxea (kop=78)	Campingak (kop=20)
Prestakuntza-premiak identifikatzen ditu						
	▼	▼	▼	▼	▼	▼
• Kudeaketa	29,0	39,2	37,8	30,7	33,3	50,0
• Konpetentzia digitalak	44,8	55,5	43,0	40,4	41,0	65,0
• Marketina eta Merkaturatzea	39,5	46,7	48,3	35,9	33,3	50,0
• Produktuen sorrera	20,9	21,6	26,2	12,6	24,4	35,0
• Besterik	4,5	4,1	9,3	5,9	12,8	10,0

*26G. Zure ustez, zure negozioak edo jarduerak prestakuntza-premia espezifikoren bat du arlo hauetan edo beste batzuetan?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

4.10. grafikoa. Identifikatutako prestakuntza-premia espezifikoaren helburua*

Unitatea: portzentajea (%)



*27.G. Eta zein da adierazi diguzun prestakuntza-premia horren helburu nagusia?
Oinarria: Prestakuntza-premiaren bat adierazten duten ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.197)



5.- Asoziazionismoa eta erakunde eta entitateekin lankidetzaz



5.1. Asoziazionismoa

5.1.- Asoziazionismoa

Euskadiko turismo-industriaren ehuneko adierazgarri batek enpresa- edo lanbide-elkartetan batean sartuta edo afiliatuta ez dagoela adierazten du: inkestan parte hartu duten jarduera guztien % 62,1ak adierazi duenez, ez da erakunde bateko kide. Aitzitik, industriaren % 37,9 bere sektoreko erakunderen batean edo beste batzuetan afiliatuta dago, lehiakortasunean funtsezko papera izan dezakeen lankidetzaren bilatuz. Egoera horretan, aipatutako elkarteek elkarte-testuinguru oso atomizatua erakusten dute. Bertan, sektore- edo gremio-erakundeak, toki-eremuko beste batzuk eta kide diren zigilu bereizgarriak elkarrekin bizi dira.

Jarduera-sektore ezberdinei erreparatuz, honako alderdi hauek nabarmendu ditzakegu:

- Alojamen duaren sektoreari dagokionez, inkestan parte hartu duten enpresen % 67,1 ez da inolako elkarteko kide. Beraz, sektore honetan asoziazionismoa eta lankidetzaren industria osoaren batez bestekoaren azpitik egongo litzateke. Multzo horretan, hirutik bat da erakunderen batean sartuta dauden negozioak. Sektore honen kasuan, ordezkariak handiena duten elkarteek lotura dute alojamentu mota jakin batzuetakoekin, esate baterako, Nekatur elkartearekin (% 14,6) landa-eremuko turismoaren kasuan, eta tokiko elkarteekin, testuinguru jakin batean sinergiak sortzen dituzten beste sektore batzuekiko lankidetzaren isla direnak. Hori da ostalaritzaren kasua, Bizkaiko Ostalaritza Elkartearen eta Gipuzkoako aipatuz, nagusiki.
- Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, afiliazio-tasa gehiengoa da, guztiaren % 52,3ak adierazten duen eran. Multzo honetan, elkarte adierazgarrienak enpresa-korporazioak dira, Evoris Enpresa Korporazioaren, W2M taldearen edota turismo-agentzia hartzaileen elkartzaren (ATRAE) moduko multzoen presentziagatik.
- Turismo-gidariei dagokienez, % 40,9 sektoreko erakunde bateko kide da, eta Apit eta Aktiba dira gehien aipatzen direnak.

5.3. grafikoa. Elkarre ezberdinen eragina turismo-industrian*

Unitatea: portzentajea (%)



Asoziazionismoaren erreferentzia nagusiak turismo-industrian jarduera motaren arabera*



Alojamenduak



Bidaia-agentziak eta
turismo-operadoreak



Turismo-gidariak



*35G. Zure negozioa edo jarduera enpresa- edo lanbide-elkarrearen batean sartuta dago?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)



5.2. Beste erakunde edo entitateekin lankidetzaz

5.2.- Beste erakunde edo entitateekin lankidetzaz

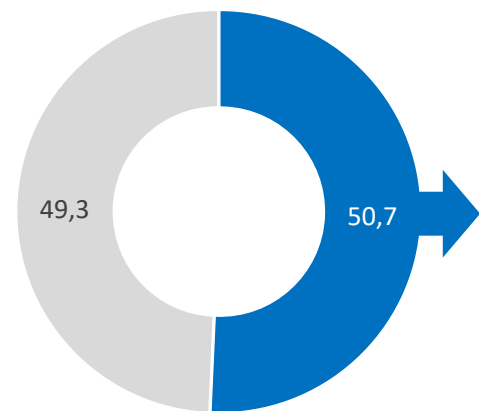
Euskadiko turismo-industriako bi enpresatik batek adierazi du nolabaiteko lankidetzaz-harreman edo -akordioen bat duela turismo-sektoreko beste enpresa edo jarduera batzuekin (% 50,7); gainerako % 49,3ak, berriz, ez du harremanik edo lankidetzaz-akordiorik.

Bidaia-agentziena eta turismo-operadoreena da, eskuratutako datuen arabera, lankidetzaz gehien agertzen duen taldea: enpresen % 63,5 adierazten duenez, akordioen bat du martxan. Bestalde, turismo-gidarien kasuan ere lankidetzaz maila nahiko handia da (% 57,9). Alojamen duen kasuan, datua % 45,6ra jaisten da, multzo osoaren batez bestekoaren azpitik, lankidetzaz-sareetan integrazio txikiagoa islatuz, dela enpresa-kultura indibidualistago batengatik, dela egiturazko oztopoak daudelako (lehiakortasun handia, sakabanaketa geografikoa, etab.), lankidetzaz mugatu dezaketenak.

Haatik, alojamendu motaren arabera, kontuan izateko aldeak daude. Alde batetik, hotelek (% 52,7) eta nekazaritza-turismoek / landetxeek (% 49,1) beste erakunde edo entitate batzuekin lankidetzaz ezartzeko joera handiagoa dute. Kontrako aldean, turismo-apartamentuek (% 38,4), pentsio / ostatuek (% 37,4) eta campingek (% 40) lankidetzaz maila baxuagoak dituzte, eta turismo-aterpetxeak (% 48,7) tartean daude.

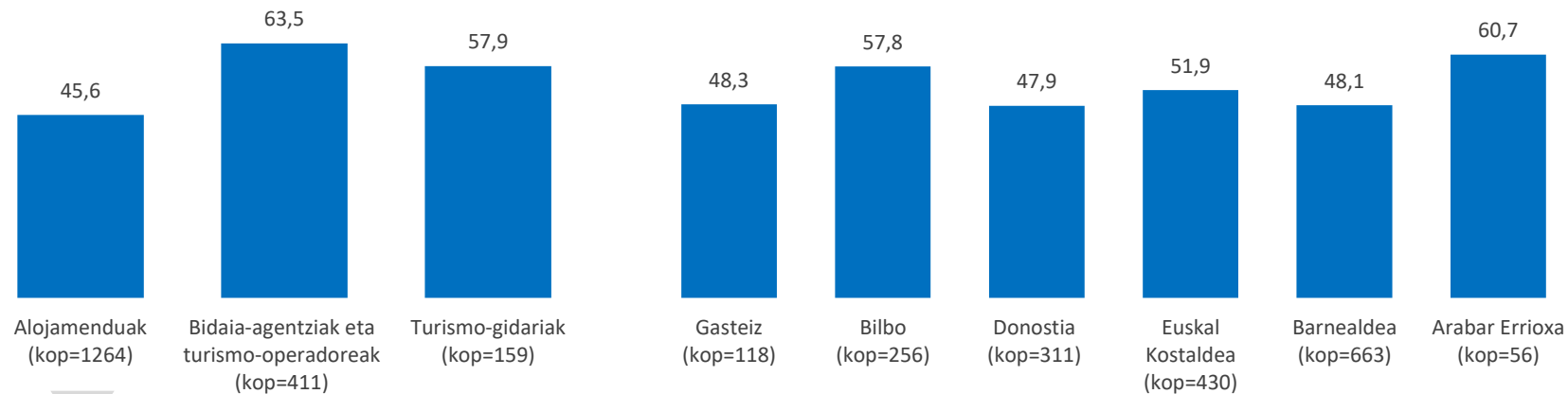
5.4. grafikoa. Lankidetzaren turismo-industrian*

Unitatea: portzentajea (%)

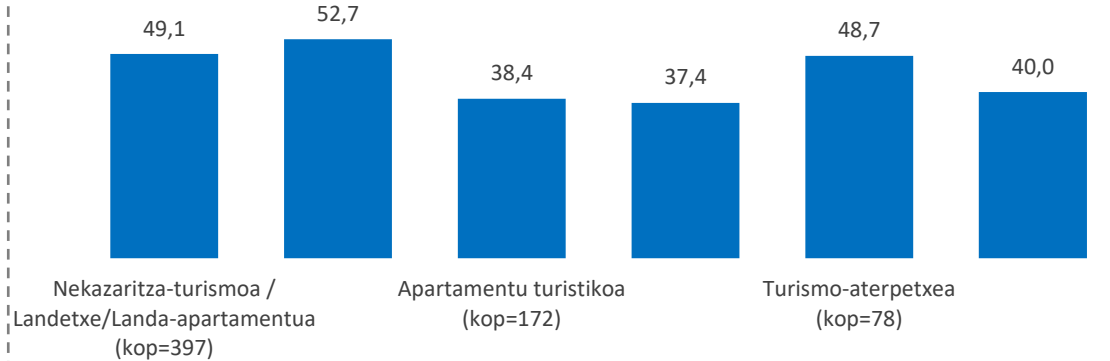


■ Lankidetzaren akordioak ditu ■ Ez du

Jarduera mota



Zooma alojamenduaren sektorean tipologiaren arabera



*36G. Baduzu lankidetzaren harreman edota akordiorik turismoaren sektoreko beste enpresa edo jardueren batzuekin?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

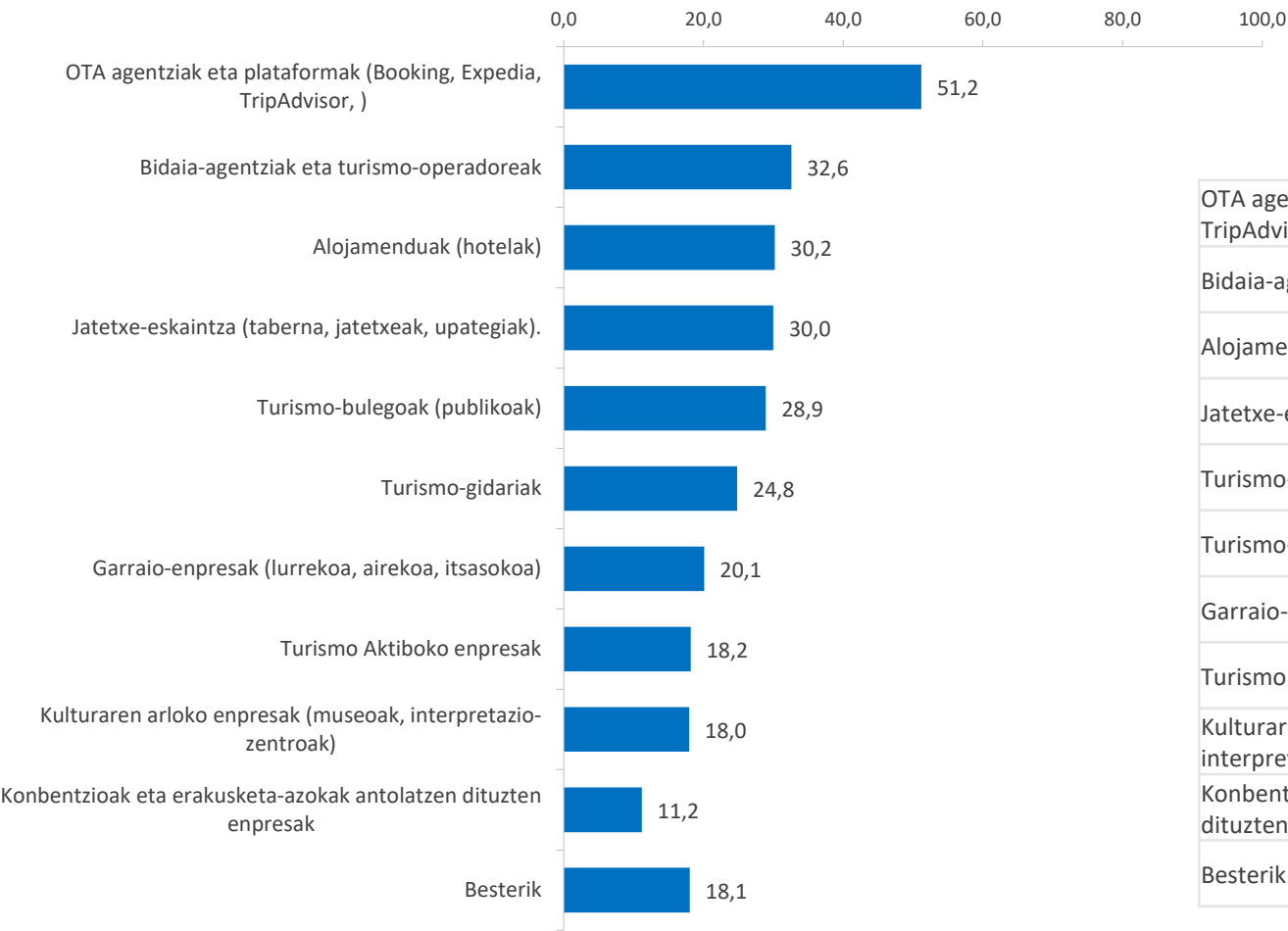
Lankidetzeta-agentteei dagokienez, datuek erakusten dutenez, kolaboratzen duen bi enpresatik batek (% 51,2) OTA bidez egiten du, esate baterako, Booking, Expedia edo TripAdvisor bidez, eta gehienak nazioarteko esparrukoak dira. Beste erakunde batzuk ere aipatzen dira, esate baterako, bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak (% 32,6). Horietan garrantzi gehiago dute Estatuko gainerako lurraldeetan kokatuta daudenek. Era berean, bestelako alojamenduak (% 30,2) eta zerbitzu osagarriak ere aipatzen dira (% 30,0), esate baterako, jatetxeena eta ostalaritzarena.

Enpresaren tipologiaren arabera, honako hauek nabarmendu ditzakegu:

- Alojamen duaren sektorearen kasuan, lankidetzeta, nagusiki, OTA agentzietan ardazten da (% 67,6). Horiek dira, era berean, arestian ikusi dugun eran, beren merkaturatzearen sostengua. Nabarmentzekoak dira, halaber, lankidetzak jatetxe-eskaintza (% 29,1), turismo-bulego (% 29,5) eta, hein txikiagoan, bidaia agentziekin (% 17,5). Finean, lankidetzaren profilak online merkaturatzeari eta tokiko zerbitzu osagarriari erreparatzen die gehiago.
- Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, lankidetzeta beste agentzia edo operadore batzuekin (% 59,0) alojamenduekin (% 50,2), garraio-enpresekin (% 44,4) eta turismo-gidariekin (% 37,9) finkatu ohi da. Halaber, harreman adierazgarriak dituzten turismo aktiboko enpresekin (% 27,6) eta plataforma digitalekin (% 28), azken horien kasuan alojamenduak baino garrantzia gutxiagorekin.
- Azkenik, turismo-gidariekin beste gidari batzuekin aritu ohi dira lankidetzan nagusiki, % 77,2ak adierazten duenez. Beste profesional batzuekin batera, agentziak (% 52,2) eta kulturaren arloko enpresak (museoak, interpretazio-zentroak, etab.) nabarmentzen dira, eta baita turismo-bulegoak ere (% 33,7).

5.5. grafikoa. Turismo-industrian lankidetzan aritzen diren eragile edo enpresa motak*

Unitatea: portzentajea (%)



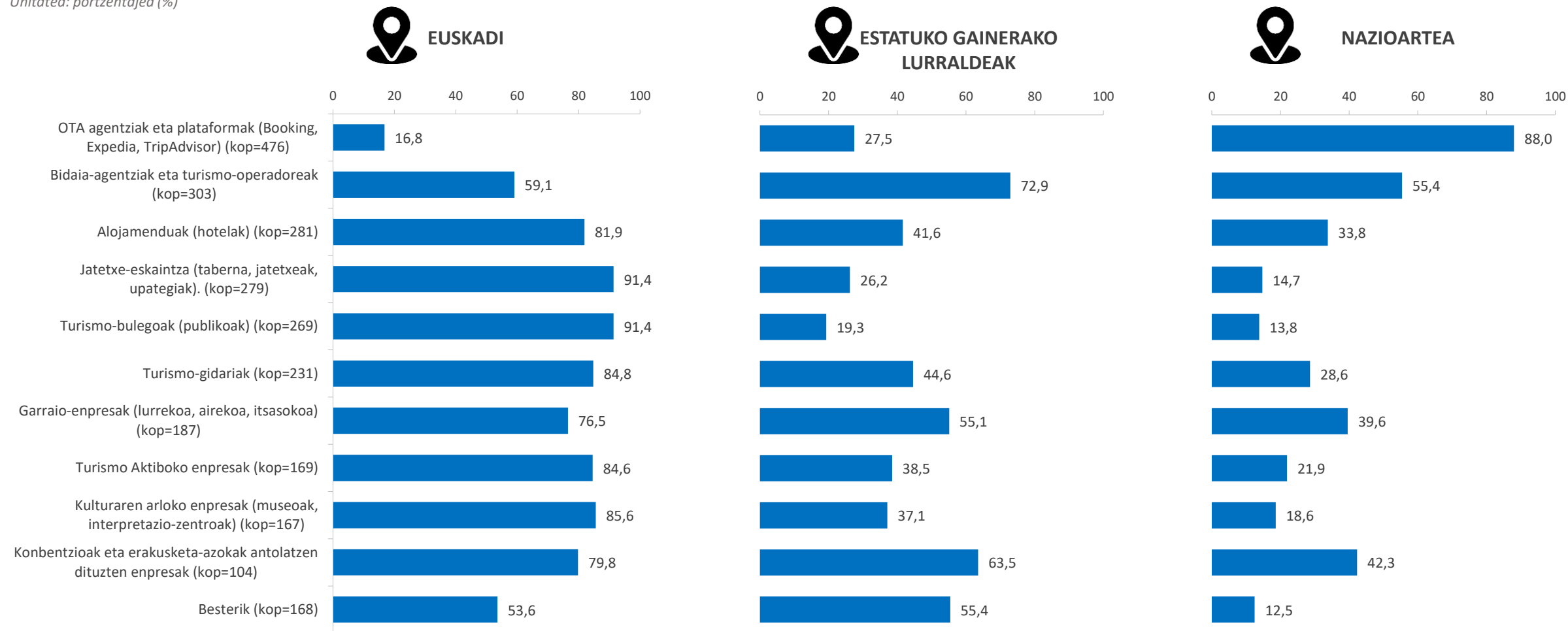
	Jarduera mota		
	Alojamenduak (kop=577)	Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak (kop=261)	Turismo-gidariak (kop=92)
OTA agentziak eta plataformak (Booking, Expedia, TripAdvisor,)	67,6	28,0	14,1
Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak	17,5	59,0	52,2
Alojamenduak (hotelak)	22,7	50,2	20,7
Jatetxe-eskaintza (taberna, jatetxeak, upategiak).	29,1	31,8	30,4
Turismo-bulegoak (publikoak)	29,5	26,1	33,7
Turismo-gidariak	10,6	37,9	77,2
Garraio-enpresak (lurrekoa, airekoa, itsasokoa)	9,2	44,4	19,6
Turismo Aktiboko enpresak	13,7	27,6	19,6
Kulturaren arloko enpresak (museoak, interpretazio-zentroak)	11,4	26,1	35,9
Konbentzioak eta erakusketa-azokak antolatzen dituzten enpresak	7,1	21,1	8,7
Besterik	10,1	34,9	20,7

Lankidetzan-aritzen diren eragile nagusiak tipologiaren arabera

*37G. Zer enpresa edo eragile motarekin aritzen zara lankidetzan? (Erantzun anitza)
Oinarria: Beste erakunde edo eragile batzuekin lankidetzan aritzen diren ekonomia-jarduerak guztira (kop=930)

5.6. grafikoa. Turismo-industrian lankidetzan aritzen diren eragile edo enpresa moten kokapena*

Unitatea: portzentajea (%)



*38G. Eta zein den horien kokapena. (Erantzun anitza)

Oinarria: Beste erakunde edo eragile batzuekin lankidetzan aritzen diren ekonomia-jarduerak guztira (kop=930)



6- Turismo Industriaren Konfiantza Adierazlea (TIKA).

6- Turismo Industriaren Konfiantza Adierazlea (TIKA).

Turismo-industriaren profilaren inkestak duen helburuetako bat adierazle bat eratzea da, hau da, Euskadiko turismo-industriako aktoreek sektorearen eta bere jardueraren egungo eta etorkizuneko egoeraren gainean duten baikortasun edo ezkortasun maila neurtzeko aukera emango duen tresna kuantitatibo bat, azken batean, inbertsio, plangintza publiko edo marketin turistikoko estrategia arloan har daitezkeen erabakietarako termometro aurreratu gisa erabiltzekoa.

TIKA tresna aurreko ekitaldiarekin alderatuz egungo egoeraren eta iguripenaren (kasu honetan, urtebetetik aurrerako epean) gaineko pertzepzioa neurtzeko bi adierazle partzialetatik abiatuz eraikitzen da.

$$\text{ADIERAZLE PARTZIALA} \text{ Egungo egoera} + \text{ADIERAZLE PARTZIALA} \text{ Iguripenak} = \text{TURISMO INDUSTRIAREN KONFIANTZA ADIERAZLEA}$$

Horrela, kontsulta egin zaien Euskadiko turismo-industriak sektorearen nondik norakoa osatuko luketen hiru dimentsioen gainean duen egungo eta etorkizuneko pertzepzioa adierazi du. Honatx dimentsio horiek:



Inkestan, dimentsio horietako bakoitza neurtzeko, galdera itxiak egiten dira, “Hobeto-hobetuko da//Berdin-berdin mantenduko da//Okerrago-Okerrera egingo du” erantzuteko aukerarekin. Adierazlearen eta horietako adierazle partzialen aldakortasun-heina 0 eta 200 puntuen artekoa da, balioak normalizatu ondoren.

Honako hau izango litzateke emaitzen interpretazioa:

- 0-100 puntu bitarteko balioa: pertzepzio eta konfiantza eskaseko atalasea
- Balioa = 100 puntu: pertzepzio eta konfiantza neutroko atalasea
- Balioa > 100 - 200 puntu: pertzepzio eta konfiantza baikorreko atalasea



6.1. Egungo egoeraren adierazle partziala

6.1.- Egungo egoeraren adierazle partziala

Argi dago Euskadiko turismo-industriak baikortasun kutsuz egiten diola aurre sektorearen eta bertako jardunaren egungo egoerari. Ildo horretatik, aztertutako dimentsioetako balio guztiak 100 puntutik oso gora daude. Horrek egungo egoeraren gaineko pertzepzioa positiboa dela adierazten du. Horrela, konfiantza 144,5 puntura iristen da osotasunean hartuta, 0-200 bitarteko aldakortasun-hein batean.

Turismoaren makro mailako balorazioa, oro har (148,1 puntu), industriaren egoera orokorra (143,3 puntu) eta, bereziki, jarduera bera (142,1 puntu) baino handixeagoa da. Horrek adierazten du konfiantza-giro sistemikoa dagoela, baina baita mikro mailarekiko zuhurtzia handiagoa ere, betiere pertzepzio positiboaren parametroen barruan.

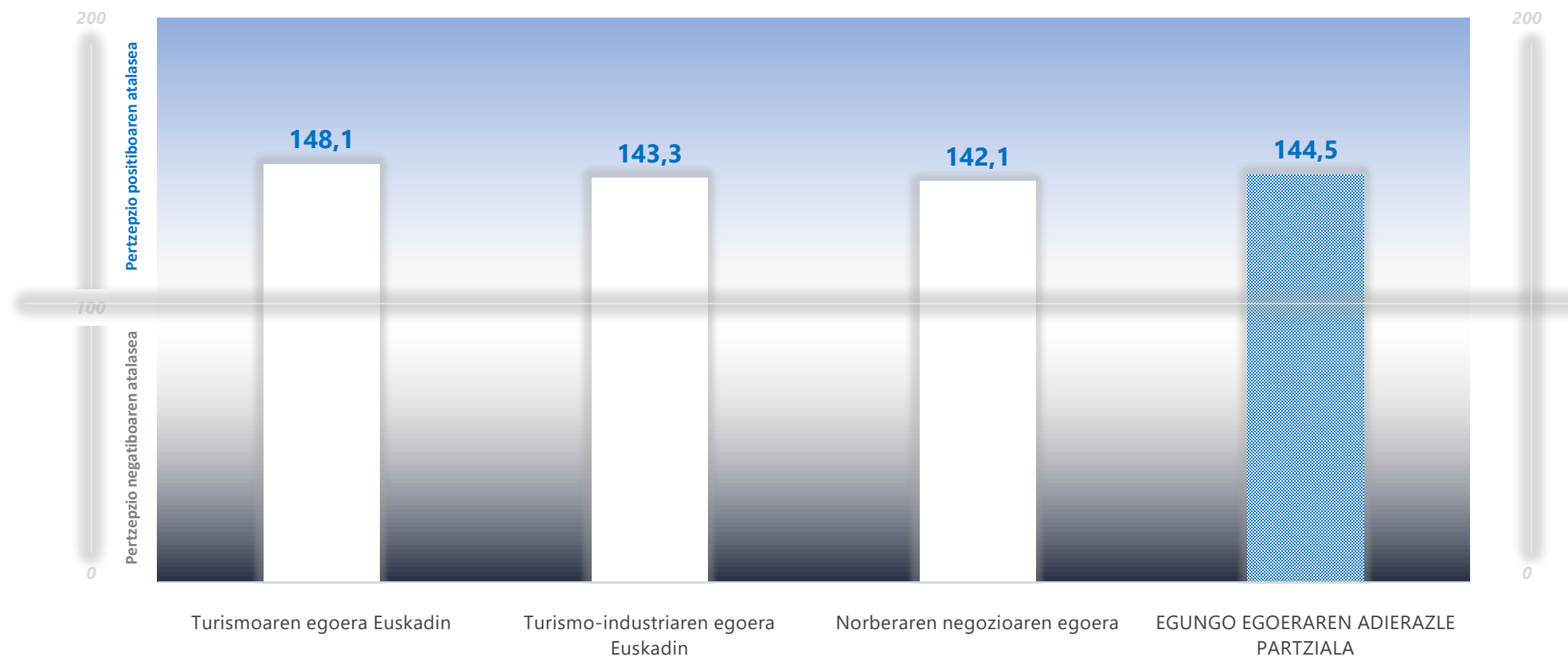
Jarduera-sektoreei dagokienez, bidaia-agentziak eta tour-operadoreak dira industriaren sektorerik baikorrena une honetan bizi duten egoerarekin (158,2), batez ere testuinguru orokorrarekin, baina baita jardueraren beraren balantzearekin ere, eta, badirudi, eskariaren igoera eta Covid birusaren ondoriozko krisiaren osteko behin betiko susperraldia irudikatu edo gauzatzen dela. Turismo-gidariekin ere (144,7) konfiantza positiboa erakusten dute, puntuazioak zertxobait apalagoak badira ere. Azkenik, alojamenduaren kasuan, ikuspegia ere positiboa da, nahiz eta hiru sektoreen artean konfiantza maila apalena erakusten duena izan (140,1).

Alojamenduaren sektorearen barnean, hotelak nabarmentzen dira, hiru dimentsioetan konfiantza handienarekin buruan kokatzen direnak (153,8), eta multzoaren batez besteko osoaren (144,5) oso gainetik. Aitzitik, nekazaritza-turismoaren eta landetxeen kategoriak konfiantza apalagoa erakusten du (126,0), bereziki norberaren negozioarekiko pertzepzioari dagokionez (119,9).

Jomuga turistikoaren araberako irakurketa eginez ikus daitekeenez, Bilbo baikortasunerako motor indartsua da; izan ere, egungo egoerarekiko adierazle partziala 157,7 puntutara iristen da. Jomuga dinamikoena da eta bizi duen egoerarekin konfiantza gehien ageri duena. Donostiaren kasuan ere konfiantza oso handia da (148,9), bereziki negozioaren gaineko pertzepzioari dagokionez (150,5). Gasteiz jomuga hartuz, instituzio edo makro mailan irudia indartsua da, baina berezko negozioaren gaineko konfiantza baxuagoa da. Bestalde, Euskal kostaldean eta Barnealdean ere adierazleak konfiantza positiboa erakusten du, baina neurrizkoagoa. Eta, azkenik, Arabako Errioxa jomugan erreparatuz, hori izango litzateke horren baikorra ez den pertzepzioa erakusten duena, bereziki industriaren testuinguruan.

6.1. grafikoa. Turismo-industriaren egungo egoeraren adierazle partziala*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa

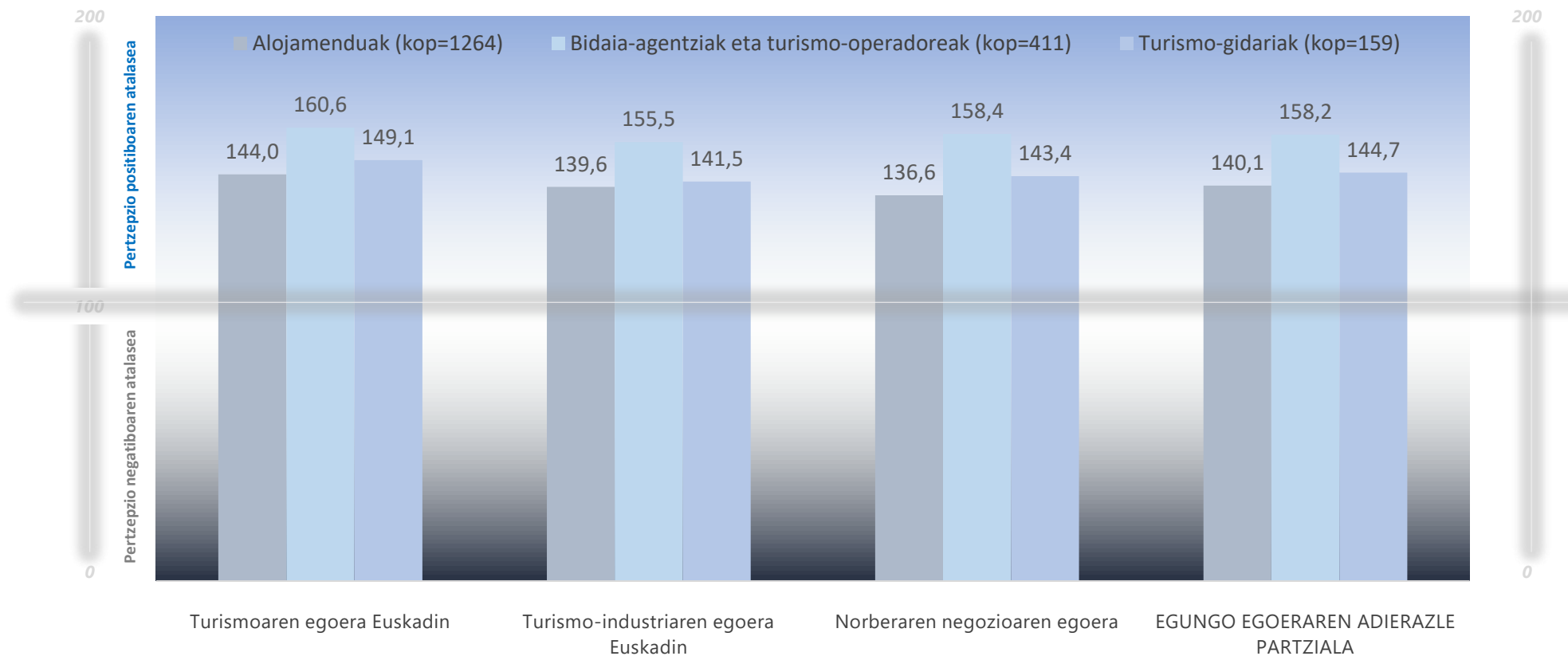


* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio positiboa
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio negatiboa

6.2. grafikoa. Turismo-industriaren egungo egoeraren adierazle partziala jarduera motaren arabera*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa

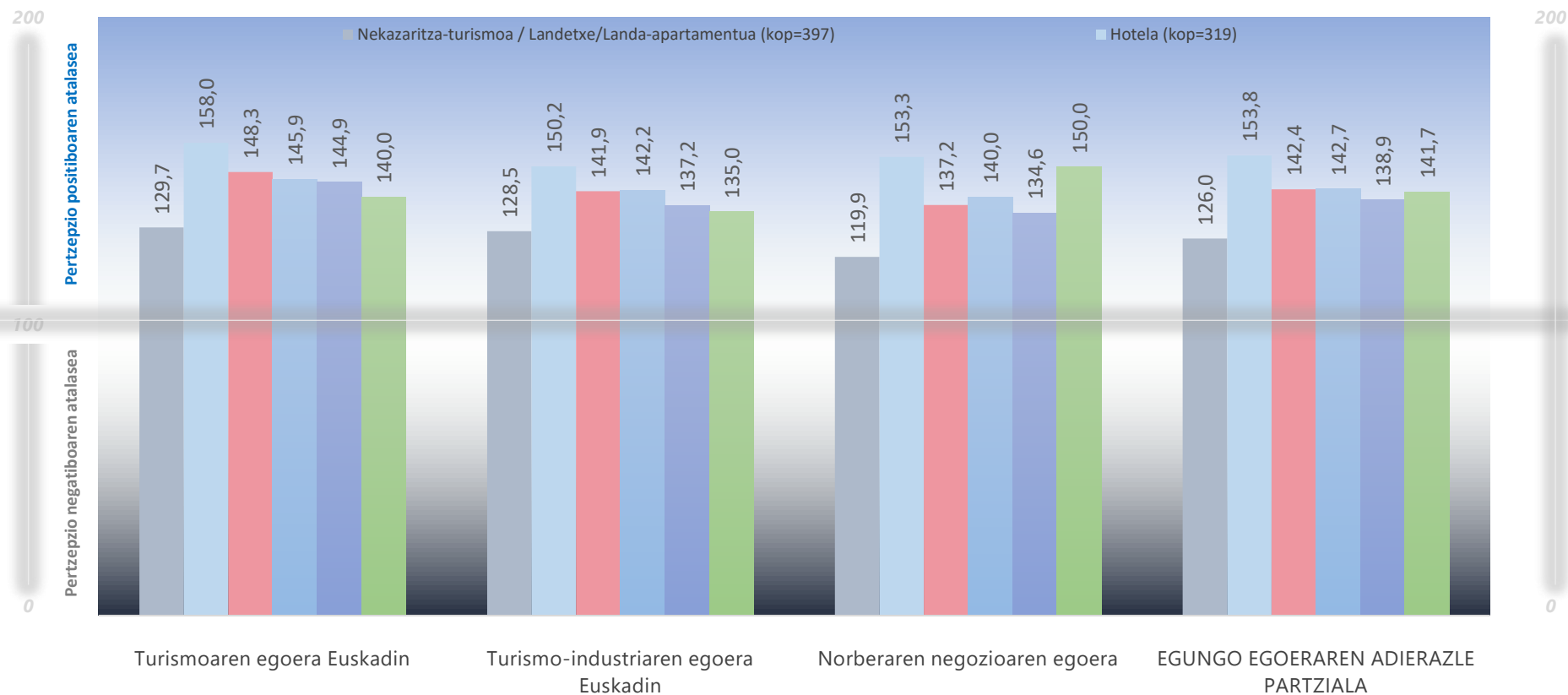


* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio positiboa
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio negatiboa

6.3. grafikoa. Turismo-industriaren egungo egoeraren adierazle partziala alojamendu motaren arabera*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa

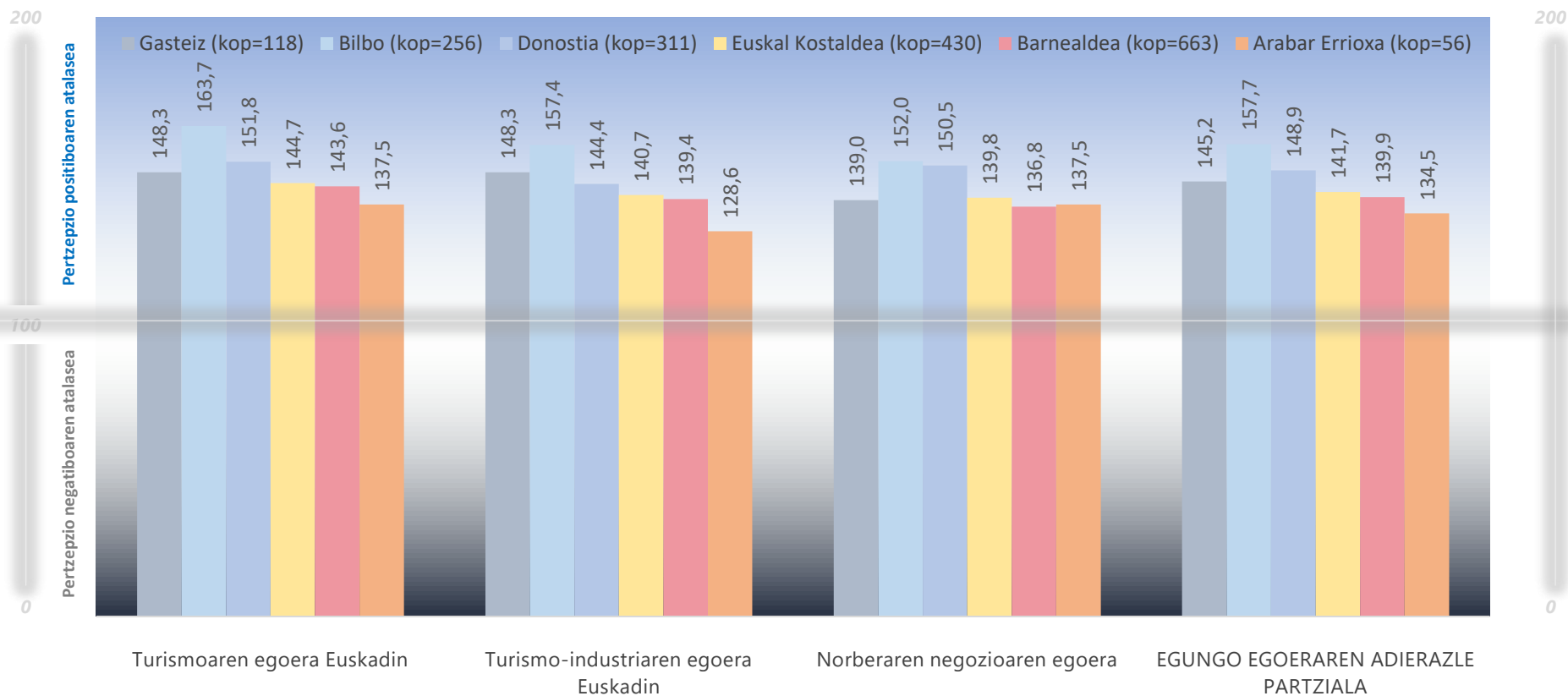


* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio positiboa
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio negatiboa

6.4. grafikoa. Turismo-industriaren egungo egoeraren adierazle partziala jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa



* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio positiboa
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio negatiboa



6.2. Iguripenen gaineko adierazle partziala

6.2.- Iguripenen gaineko adierazle partziala

Urtebetera begirako iguripenei dagokienez, baikortasun mailak mantendu egiten direla esan dezakegu, baina zuhurtziarekiko joera handiago batekin. Adierazlea 133,6 puntutara iristen da, egungo egoeraren adierazle partziala (144,5 puntu) baino baxuago. Finean, Euskadiko turismo-industriaren sektoreak hazten jarraitzeko itxaropena du, nahiz eta egungo egoeraren gaineko ebaluazioan baino jarrera zuhurragoa ageri den.

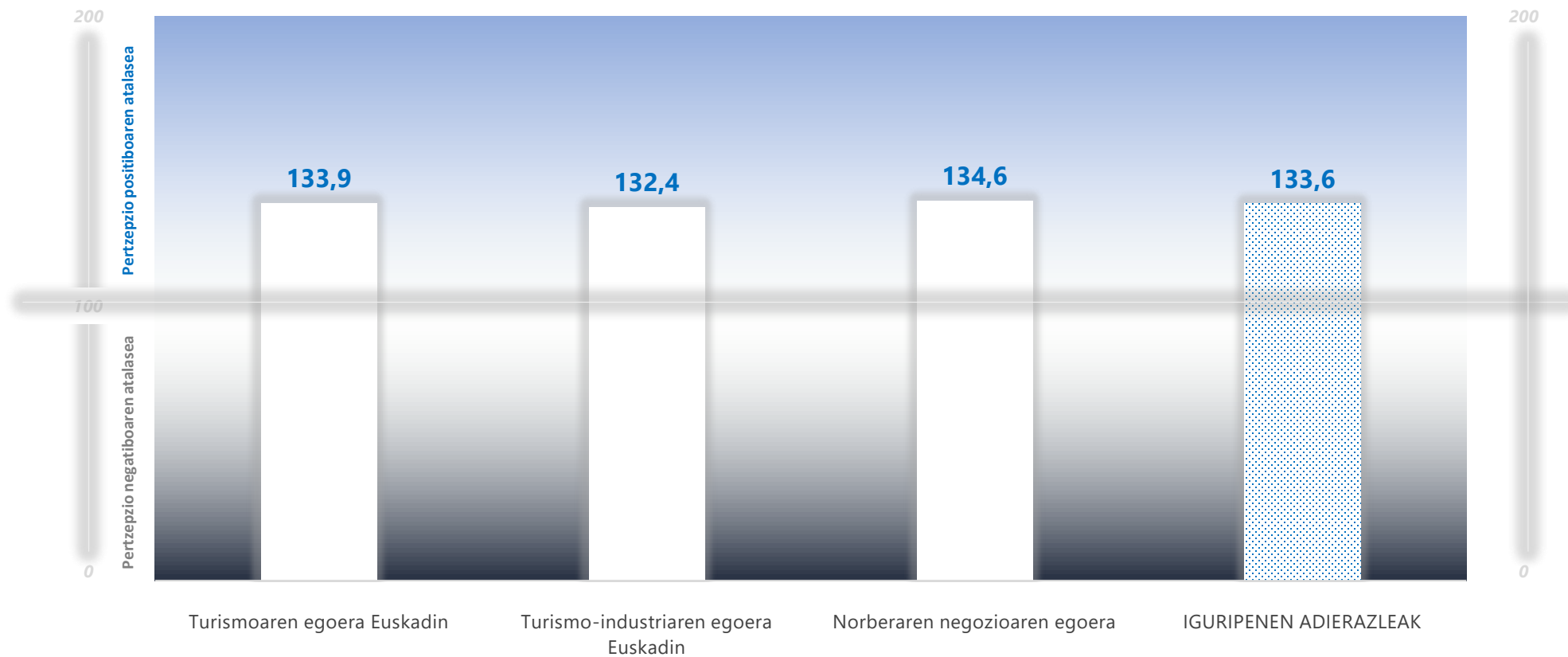
Orainaldiko egoerarekiko pertzepzioan gertatu bezala, bidaia-agentziak eta operadoreak eta gidariak daude buruan baikortasunari dagokionez (151,2 eta 144,9 puntu, hurrenez hurren), eta alojamenduen kasuan jarrera zuhurragoa ikusten da (126,5 puntu). Turismo-gidarien kasuan, berezko negozioaren bilakaeran ipinitako konfiantza nabarmentzen da, hori izanik balio altuena (150,3 puntu). Aitzitik, alojamenduaren sektorean turismo-jardueraren hiru dimentsioetan zuhurtzia handiagoa ageri da, guztiak antzeko balioetan kokatzen baitira.

Haatik, iguripenen pertzepzioan alde handia dago alojamenduaren tipologiaren arabera. Etorkizuna baikortasun handiagoz ikusten da, esate baterako, turismo-aterpetheen kasuan; campingean eta pentsioen kasuan, aldiz, ez da horren ikuspegi baikorra marrazten.

Jomuga turistikoei dagokienez, Euskadiko hiri hiriburuetan baikortasuna handiagoa da Euskadi osoarekin alderatuz, baina bereziki, Bilbo eta Gasteiz nabarmentzen dira. Donostiak zuhurtzia handiagoa erakusten du industriaren etorkizunari dagokionez. Dena den, mikro mailako iguripenaren kasuan, hau da, norberaren jardueraren kasuan, konfiantza gehiago hautematen da. Horrenbestez, ondorioztatu daiteke makro mailarekiko zalanza zertxobait handiagoa dela. Kostako jomugei eta barnealdeari dagokienez, iguripen positiboak mantentzen dira, baina ez horren kartsuki.

6.5. grafikoa. Turismo-industriaren iguripenen adierazle partziala*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa

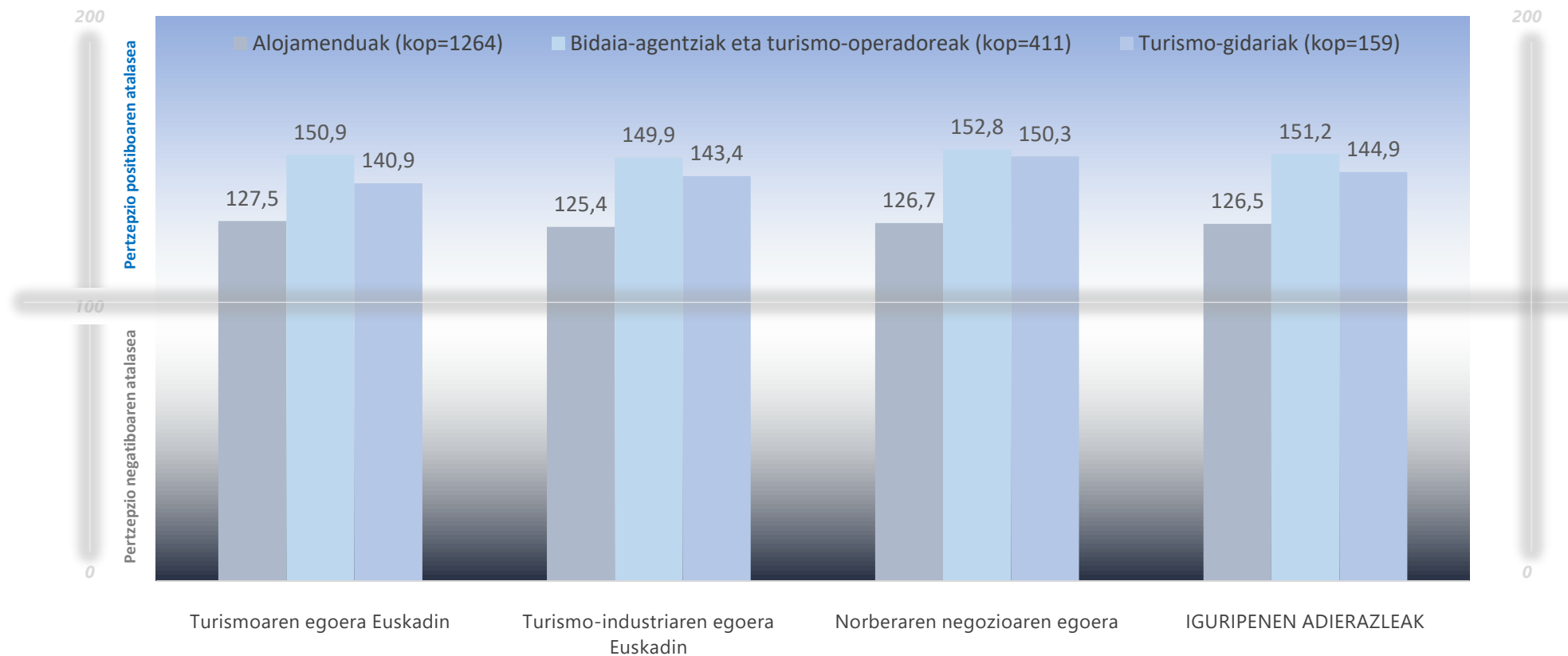


* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio baikorra
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio ezkorra

6.6. grafikoa. Turismo-industriaren iguripenen adierazle partziala jarduera motaren arabera*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa

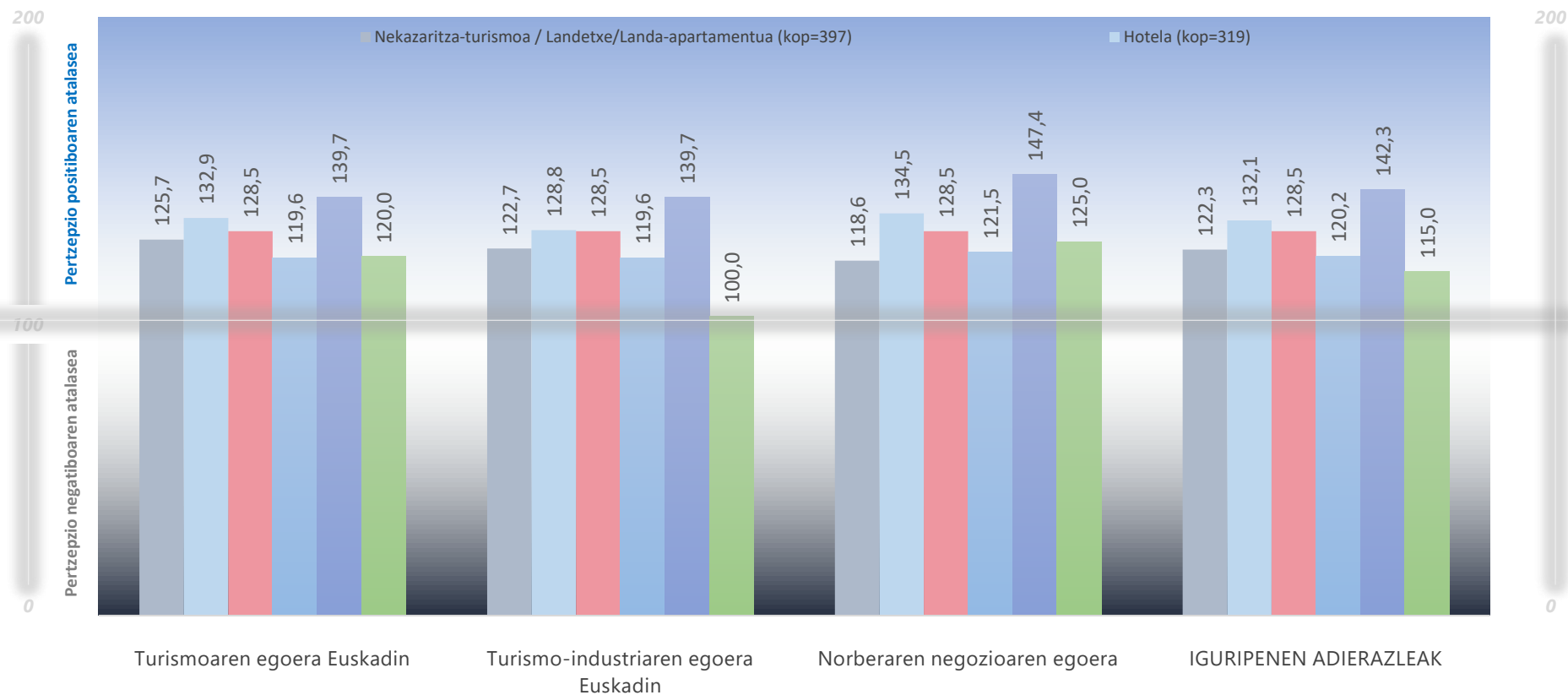


* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio positiboa
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio negatiboa

6.7. grafikoa. Turismo-industriaren egungo egoeraren adierazle partziala alojamendu motaren arabera*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa

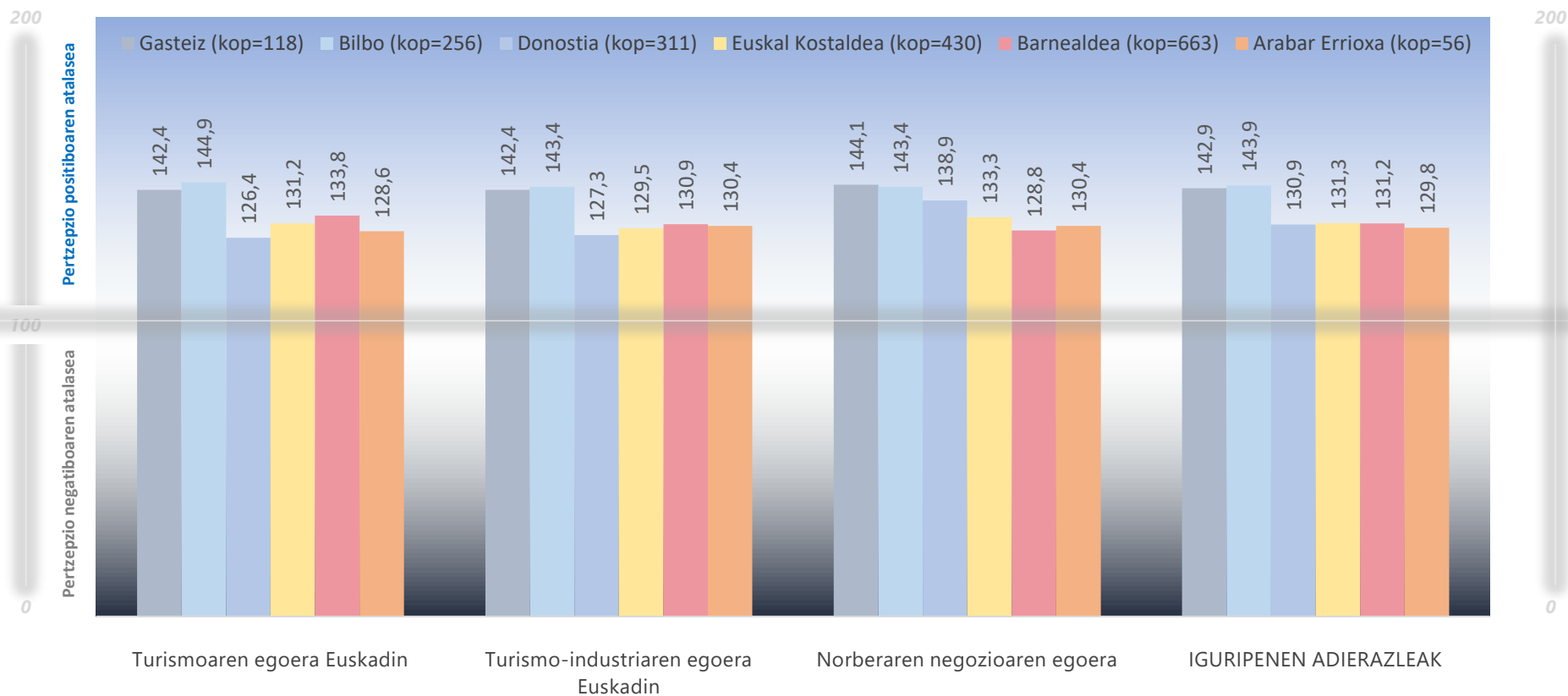


* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio positiboa
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio negatiboa

6.8. grafikoa. Turismo-industriaren egungo egoeraren adierazle partziala jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa



* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio positiboa
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio negatiboa



6.3. Turismo Industriaren Konfiantza Adierazlea

6.3- Turismo Industriaren Konfiantza Adierazlea.

Turismo Industriaren Konfiantza Indizeak islatzen duenez, turismoak une ona bizi du Euskadin, eta industriaren gaineko konfiantza ere ona da, 139,1 puntutara helduz, 0-200 puntu bitarteko aldakortasun-hein batean. Oro har, balorazioa hobea da orainaldiaren gainean etorkizunera begirako iguripenaren gainean baino, gero eta aldakorragoa den eta gero eta egitura egonkor gutxiago dituen mundu batera ohituta egonik. Horrek azaltzen du bi adierazle partzialean artean dagoen 10,9 puntuko aldea.

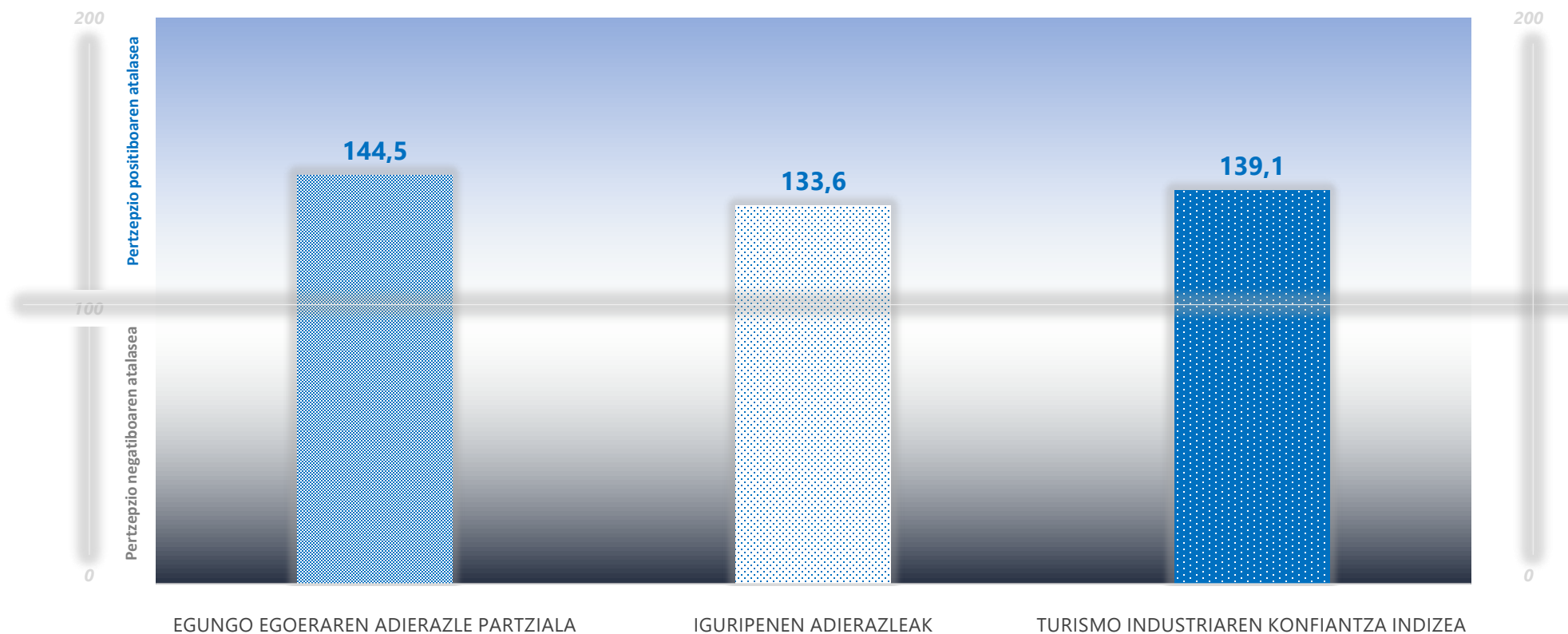
Aurrez ikusi dugun eran, bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak dira baikortasun gehien ageri dutenak, turismo-gidarien aurretik. Aitzitik, alojamenduaren sektoreak, oro har, zuhurtzia handiagoa erakusten du.

Alojamenduaren sektorearen tipologiari erreparatuz ikus dezakegunez, landa-eremuko alojamenduak eta campingak dira etorkizunera begira zalantza gehien erakusten dutenak. Turismo-aterpetxeek, ordez, kontrakoa erakusten dute. Kolektibo horren kasuan, iguripen maila (142,3 puntu) egungo egoeraren adierazlearen gainetik dago (138,9). Kontrakotasun horiek agerian uzten dute konfiantza nabarmen aldatzen dela tipologiaren arabera.

Turismo-industriako establezimenduak, negozioak edo jarduerak hartzen dituzten jomuga turistikoei dagokienez, esan dezakegu polarizazioa ikusten dela pertzepzioan eta baikortasunean. Alde batetik, Bilbo eta Gasteiz jomugen industria daude baikortasunaren buruan. Donostia orainaldiaren gaineko pertzepzioagatik nabarmentzen da, baina zuhurtziago handiagoa erakusten du etorkizunera begirako proiektzioan makro edo testuinguru mailan. Beste alde batetik, konfiantzak behera egiten du gainerako jomuga turistikoetan, bereziki proiektzioan.

6.9. grafikoa. Turismo Industriaren Konfiantza Adierazlea (TIKA)*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa

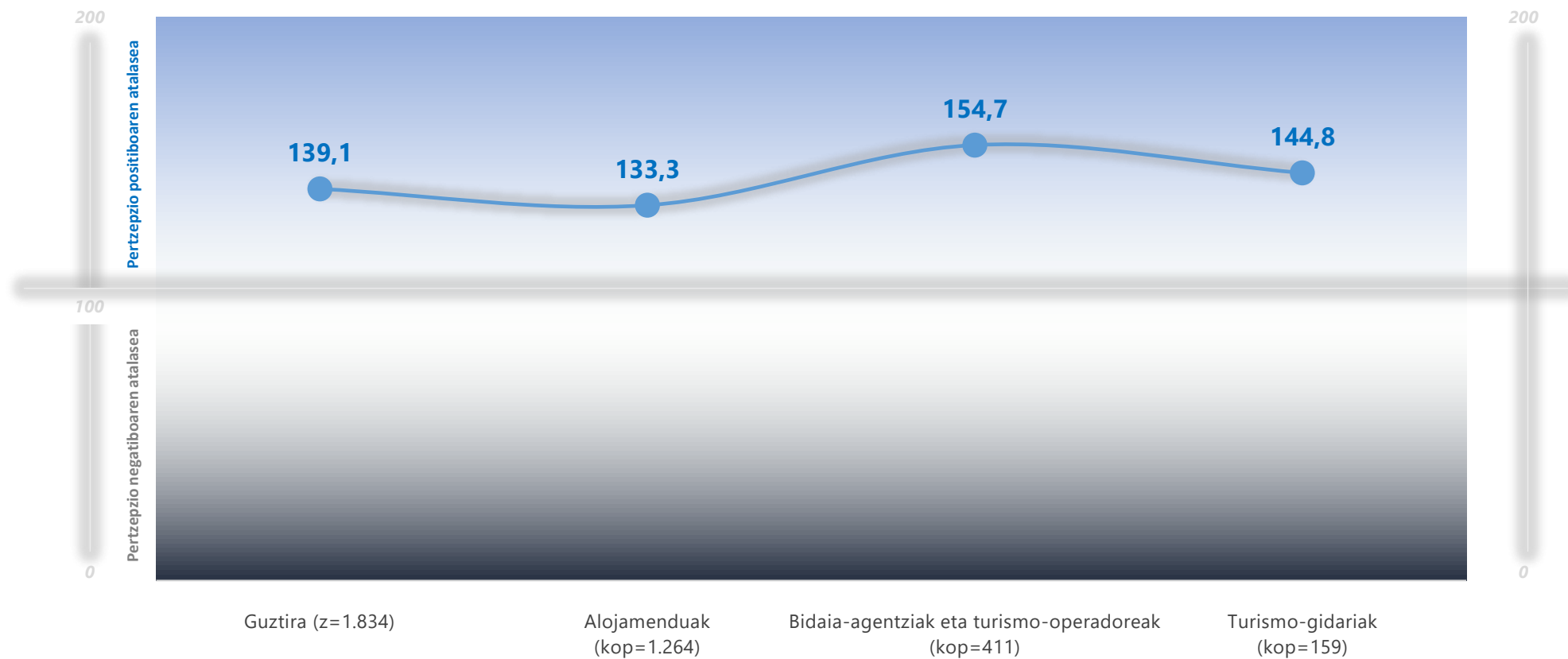


* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio baikorra
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio ezkorra

6.10. grafikoa. Turismo-industriaren konfiantza adierazlea (TIKA) jarduera motaren arabera*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa

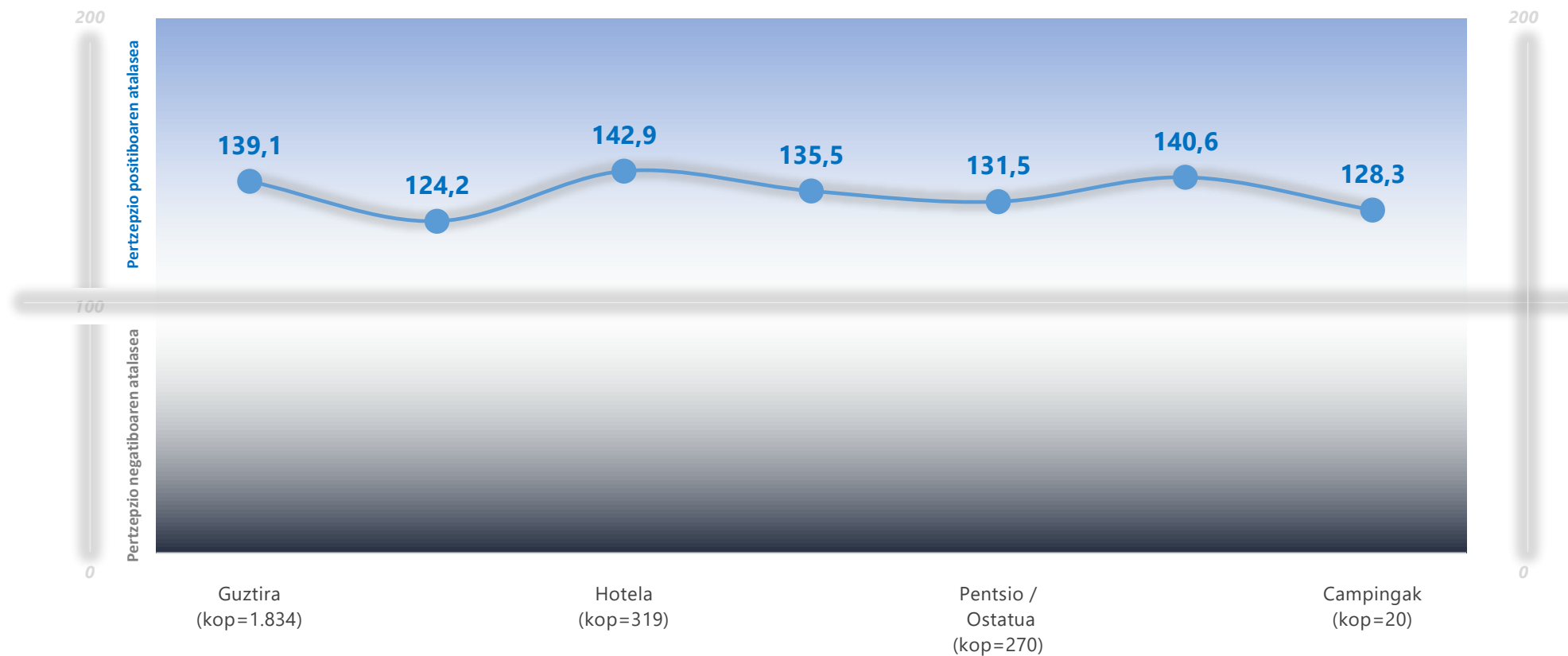


* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio baikorra
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio ezkorra

6.11. grafikoa. Turismo-industriaren konfiantza adierazlea (TIKA) alojamendu motaren arabera*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa

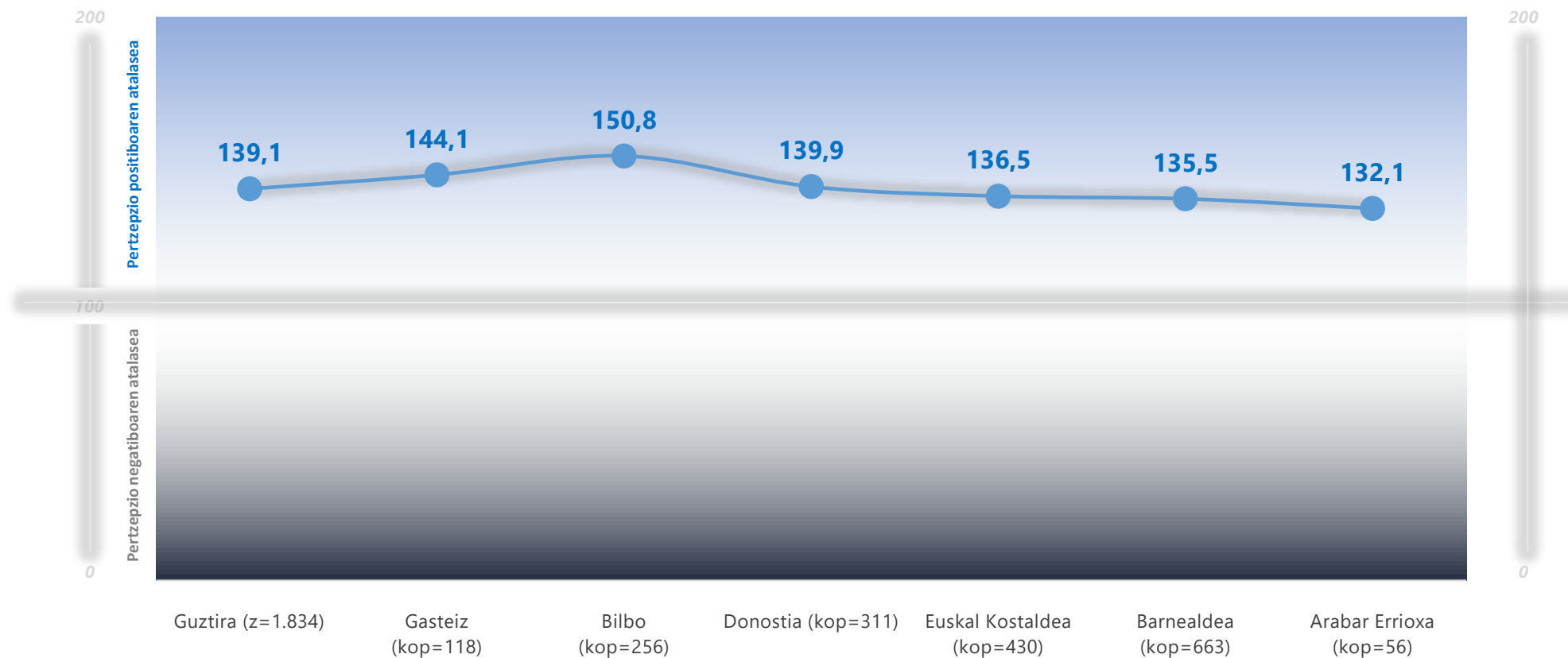


* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio baikorra
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio ezkorra

6.12. grafikoa. Turismo-industriaren konfiantza adierazlea (TIKA) jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: Batez besteko puntuazioa



* ADIERAZLEAREN BALIOEN GAINEKO INTERPRETAZIOA:

- 100 eta 200 bitartean: pertzepzio baikorra
- 100: pertzepzio neutroa
- 0 eta 100 bitartean: pertzepzio ezkorra



7-. Euskadiko turismo- industriaren bilakaerari dagokion ikuspegia



7.1. Azkenaldiko bilakaeraren gaineko pertzepzioa eta etorkizunera begirako ikuspegia

7.1.- Azkenaldiko bilakaeraren gaineko pertzepzioa eta etorkizunera begirako ikuspegia

Euskadiko turismo-industriaren konfiantza zer nolakoa den aztertu ondoren, hurrengo kapituluan industriaren aurreikuspenei eta iguripenei heltzen zaie, negozioarekin lotutako hiru alderdiri dagokienez. Alde batetik, enpleguaren sorrera, plantillan eta enpleguan 2024an, aurreko urtearekin alderatuz, izandako hazkundeari, eta 2025ean izango duen bilakaerari buruzko bere ikuspegia emanek. Gauza bera bezeroekin eta, azkenik, fakturazioarekin.



- **Enpleguari** dagokionez, 2024. urtearen inguruko pertzepzioa egonkortasun orokorrekoa da, aurreko urtearekin alderatuz. Beraz, egitura doiekin jarduten duela ondorioztatzen da. 2025. urteari begira ez da aparteko hazkunderik espero, baina murrizketarik ere ez. % 7,5ak plantilla areagotzea aurreikusten du eta, soilik % 2ak espero du murriztea. Beraz, balantzeak joera positibo argia du, baina eragin arinekoa.



- **Bezeroei** dagokienez, industriaren % 43,8ak adierazten duenez, areagotu egin du bezero kopurua 2024an eta soilik % 11,3k galdu ditu bezeroak. Horrenbestez, balantzea oso positiboa da (% +32,5). 2025ari begirako ikuspegiari dagokionez, % 29,8k bezero gehiago baitaratzea espero du eta % 7,1ak bezero kopuruak behera egitea. Beraz, berriz ere, emaitzek baikortasuna adierazten dute.

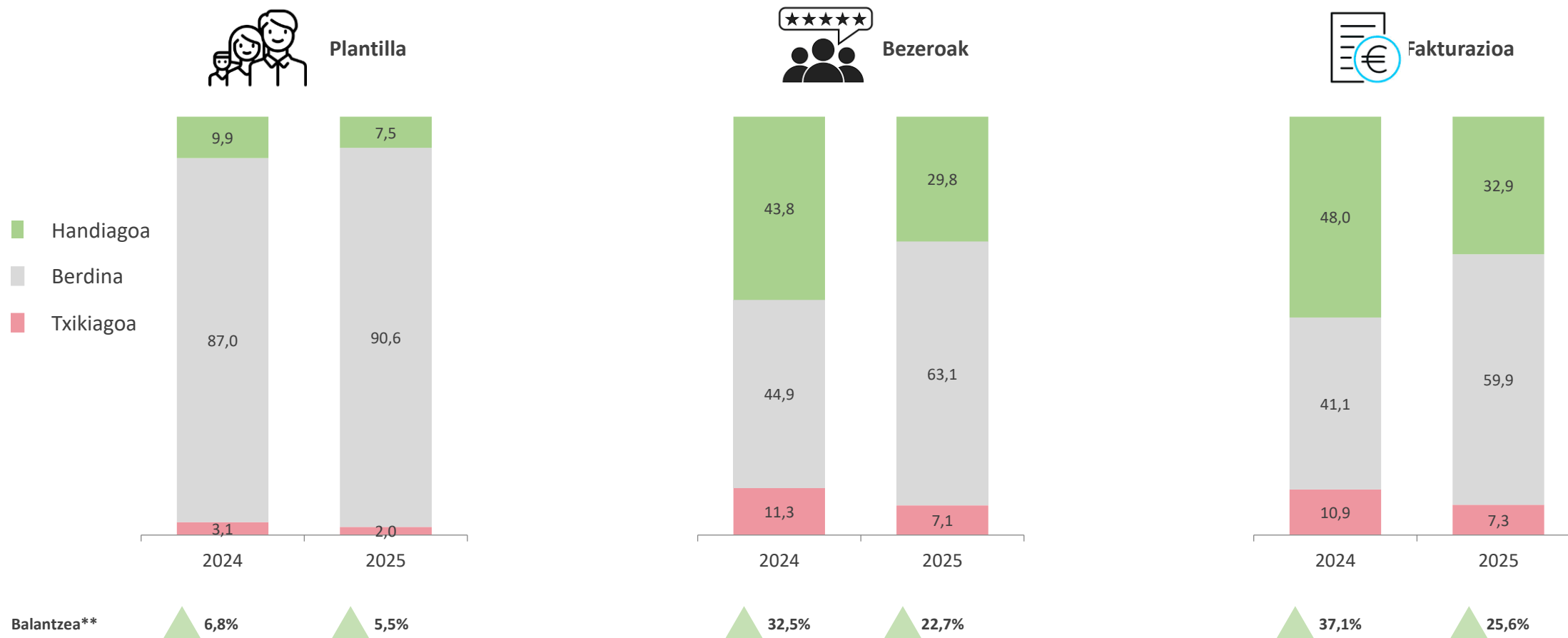


- **Fakturazio** arloan % 48,0k diru-sarrerak areagotu zituen 2024an, eta % 10,9k aurreko urtean baino gutxiago fakturatu zuen. Aldeak edo balantzeak datu oso positiboak erakusten ditu berriz ere sektore osorako, % +37,1 puntukoa. 2025. urteari begirako aurreikuspen edo etorkizuneko iguripenei so ere joera bera ikusten da (% +25,6).

Balantzea aipatuz, eta aurreko kapituluan erakutsitako pertzepzioen harira, bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen sektorea nabarmentzen da besteen ginetik, bereziki bezeroei eta fakturazioari dagokienez.

7.1. grafikoa. Turismo-industriako azkenaldiko bilakaeraren gaineko pertzepzioa eta etorkizunera begirako ikuspegia

Unitatea: portzentajea (%)

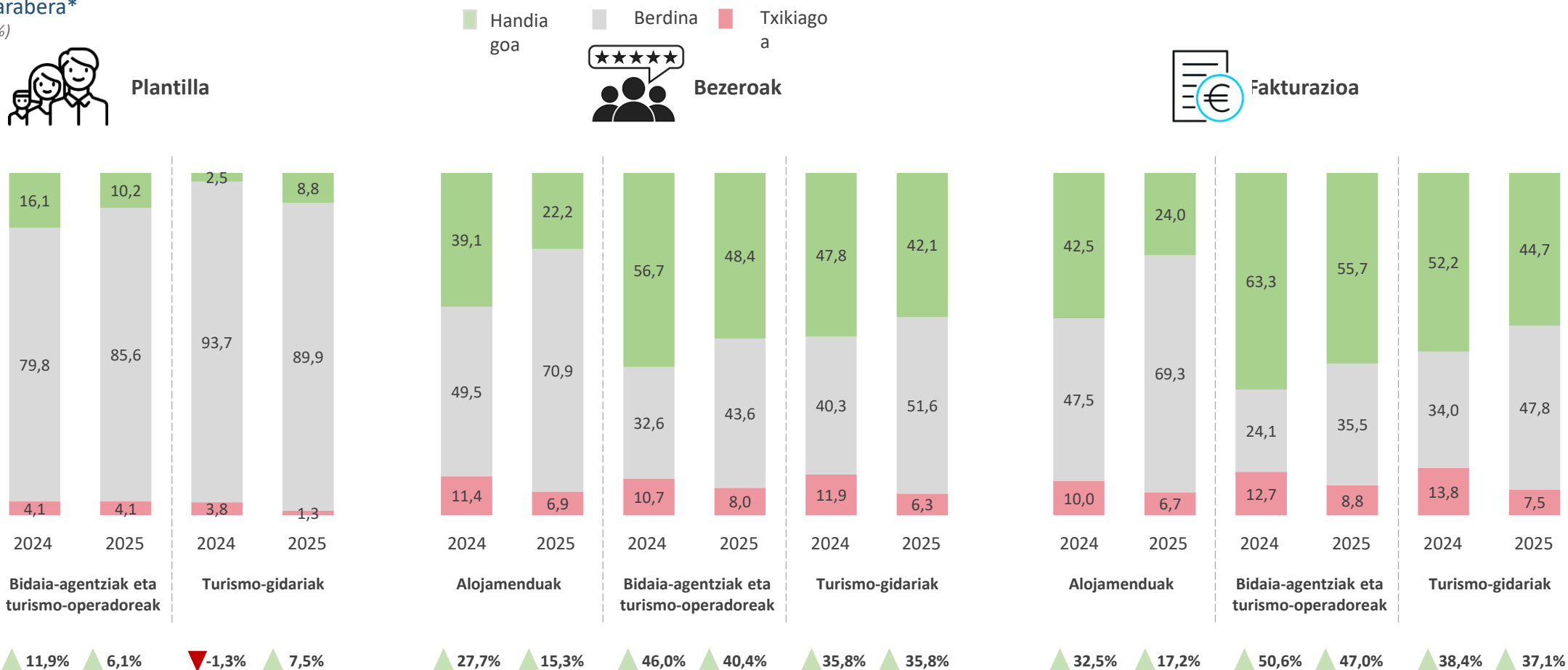


*14G-19G. 2024. urtearen balorazioa aurreko urtearekin (2023) alderatuz, eta 2025era begirako aurreikuspenak aurrekoarekin alderatuz.
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

**Balantzea: "Gehiago" adierazten dutenen ken "Gutxiago" adierazten dutenen arteko aldea ehunekotan

7.2. grafikoa. Turismo-industriako azkenaldiko bilakaeraren gaineko pertzepzioa eta etorkizunera begirako ikuspegia jardura motaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



*14G-19G. 2024. urtearen balorazioa aurreko urtearekin (2023) alderatuz, eta 2025era begirako aurreikuspenak aurrekoarekin (2024) alderatuz.
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

**Balantzea: "Gehiago" adierazten dutenen ken "Gutxiago" adierazten dutenen arteko aldea ehunekotan

7.3. grafikoa. Turismo-industriako azkenaldiko bilakaeraren gaineko pertzepzioa eta etorkizunera begirako ikuspegia

Unitatea: portzentajea (%)

Handia
goa

Berdina

Txikiago
a



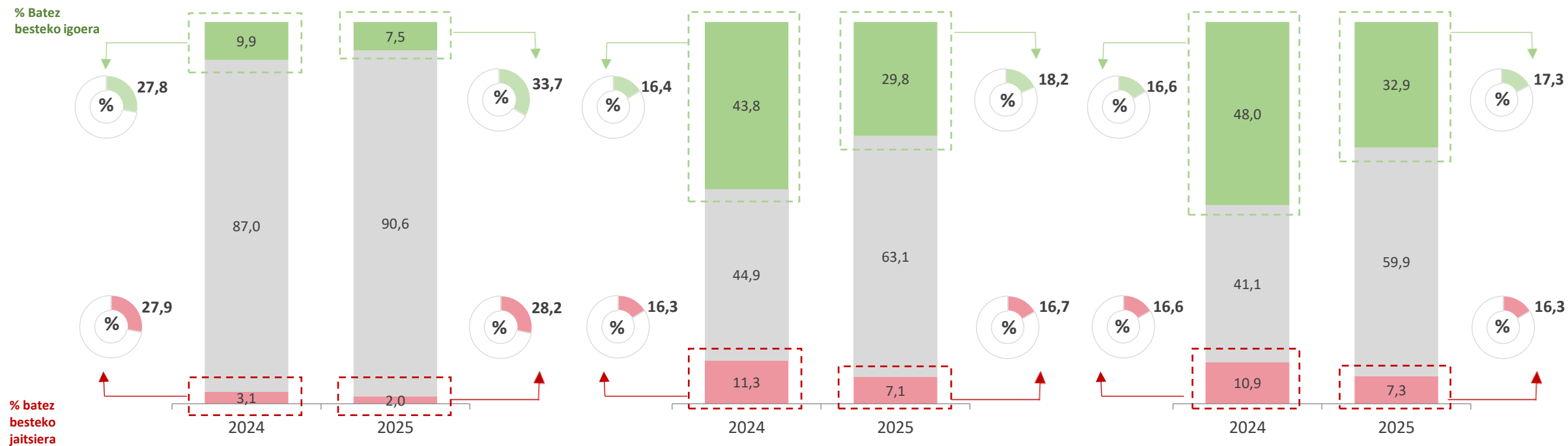
Plantilla



Bezeroak



Fakturazioa



*14G-19G. 2024. urtearen balorazioa aurreko urtearekin (2023) alderatuz, eta 2025era begirako aurreikuspenak aurrekoarekin alderatuz.

Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)



7.2. Turismoak fakturazioan duen garrantziaren bariozioari buruzko aurreikuspena merkatuen arabera

7.2.- Turismoak fakturazioan duen garrantziaren barioari buruzko aurreikuspena merkatuen arabera

Kontsulta egin zaien enpresek turismoaren garrantziaren azken hiru urteetako bilakaera merkatu ezberdinen arabera (barnekoa, Estatu osokoa eta nazioarteko) ezarri dute, 2025era begirako aurreikuspenarekin batera. Eraitzen azterketak eskariaren konfigurazioan zenbait alderdi estrategiko erakusten ditu, azpimarratzea komeni dena.

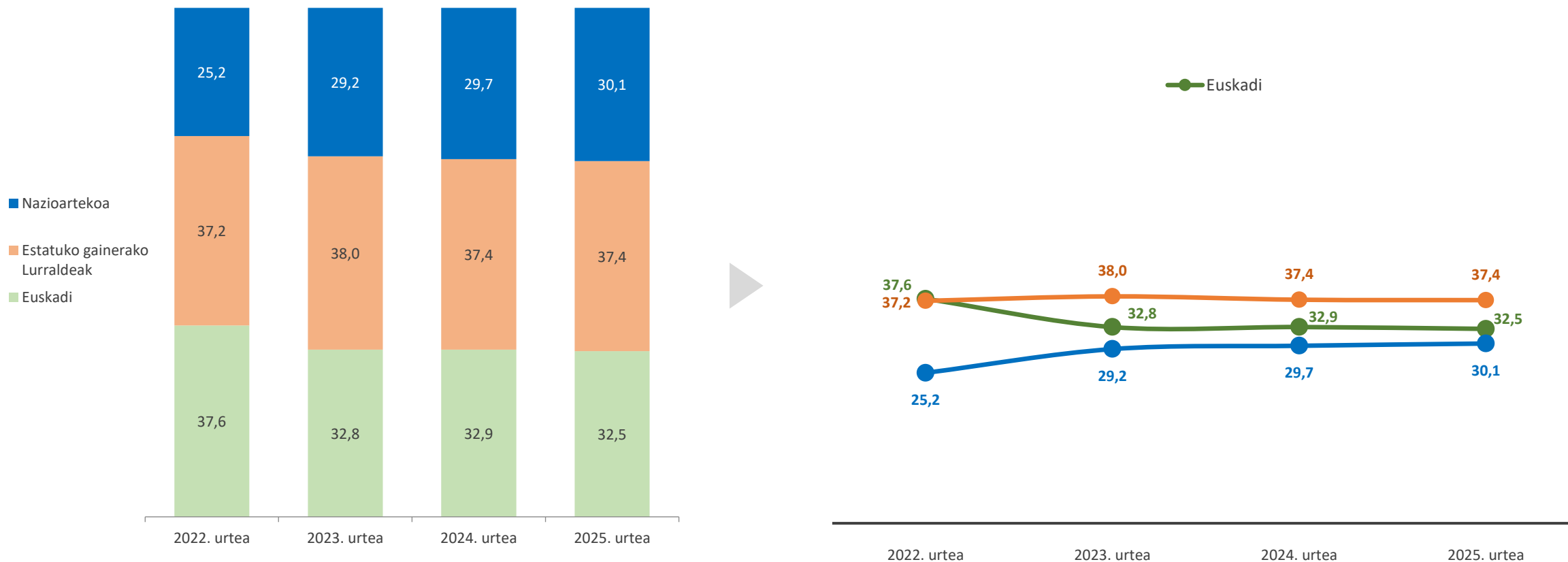
Orotara, Euskadik gero eta mendekotasun gutxiago du tokiko merkatuarekin. Euskaditik datorren turismoaren garrantziak, guztizkoarekin alderatuz, ia 4,7 puntu egin du behera 2022tik 2024 bitartean (% 37,6tik % 32,9ra igaro da). Hori kanporako joeraren proiektzioa eta erakarpina handiagoa izatearen ondorioz gertatu dela interpretatu daiteke. Merkatu horri dagokionez, orotara, jaitsiera nabariena 2023an hautematen da, non joera-aldaketa bat gertatzen baita. Bestalde, igorle nagusia izango litzatekeen (bereziki 2023-2024 urteetan) Estatu osoko turismoari emandako garrantziari dagokionez nolabaiteko egonkortasuna sumatzen da. Dena den, urtez urte areagotzen ari den nazioarteko turismoaren garrantziak igoera iraunkorra erakusten du argi eta garbi, eta 4,9 puntu irabazi ditu 2022ko ekitaldiaren eta 2025erako aurreikuspenaren artean (% 25,2tik % 30,1era igaroz).

Azterketa alojamenduaren sektorerako eramanek ikus dezakegunez, Estatuko gainerako lurraldeetako parte-hartzeak sektore ezberdinetako handiena izaten jarraitzen du, bere erreferentziatzko merkatua hori izanik. Haatik, 2023an egoera aldatu egiten dela ikus daiteke, nazioarteko merkatuaren gorakada batekin, tokikoaren edo Euskadikoaren kaltetan.

Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, barneko merkatua gailentzen da, orotara. Eta turismo-gidarien kasuan, garrantzirik handiena nazioarteko merkatuak du, pixkanaka gainera igo egin delarik.

7.4. grafikoa. Euskadiko turismo-industriaren fakturazioan turismoari esleitutako garrantziaren bilakaera merkatuaren eta jardueraren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



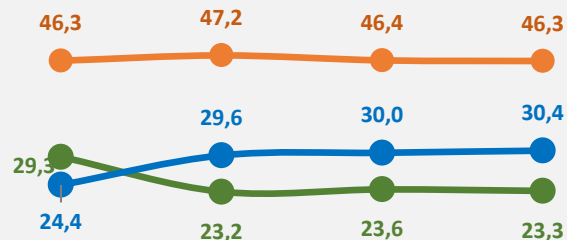
*20G. Zer portzentaje suposatu du turismoak zure negozio edo jardueraren fakturazioan merkatuen arabera?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

7.5. grafikoa. Fakturazioan merkatuaren arabera turismoari esleitutako garrantziaren bilakaera Euskadiko turismo-industriaren jarduera mota kontuan izanik*

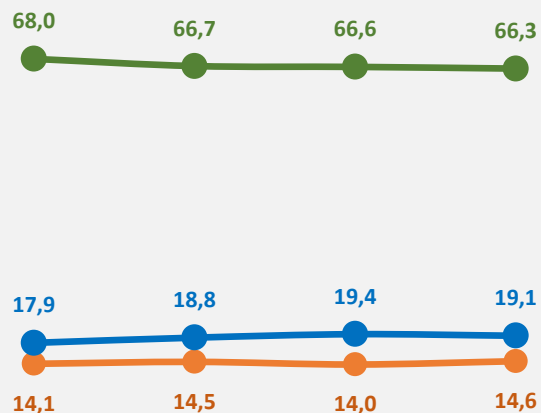
Unitatea: portzentajea (%)



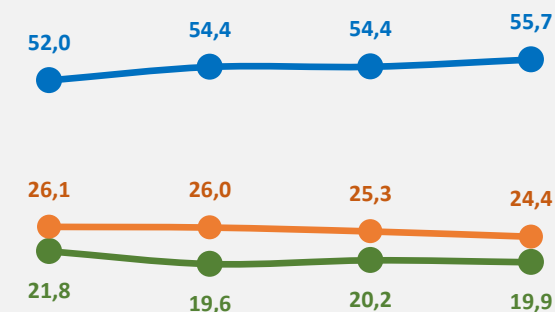
Alojamenduak



Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak



Turismo-gidariak



— Euskadi — Resto del Estado — Internacional

*20G. Zer portzentaje suposatu du turismoak zure negozio edo jardueraren fakturazioan merkatuen arabera?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

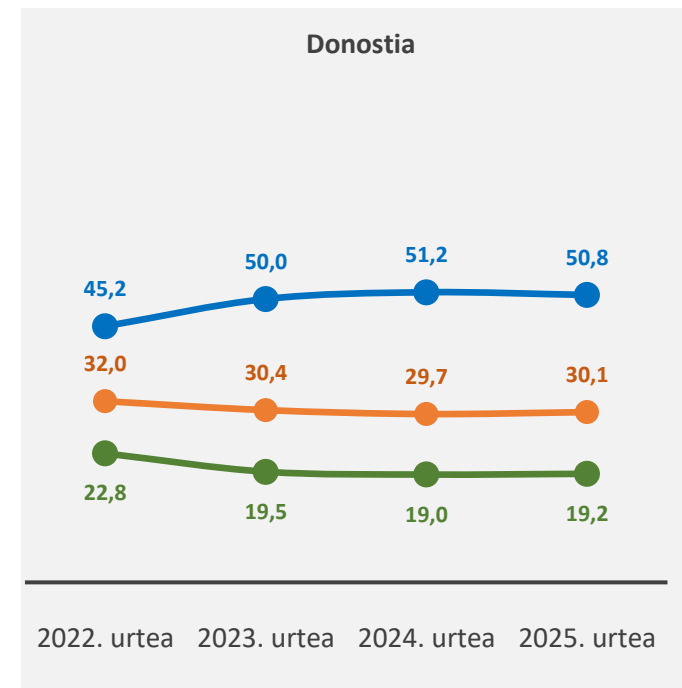
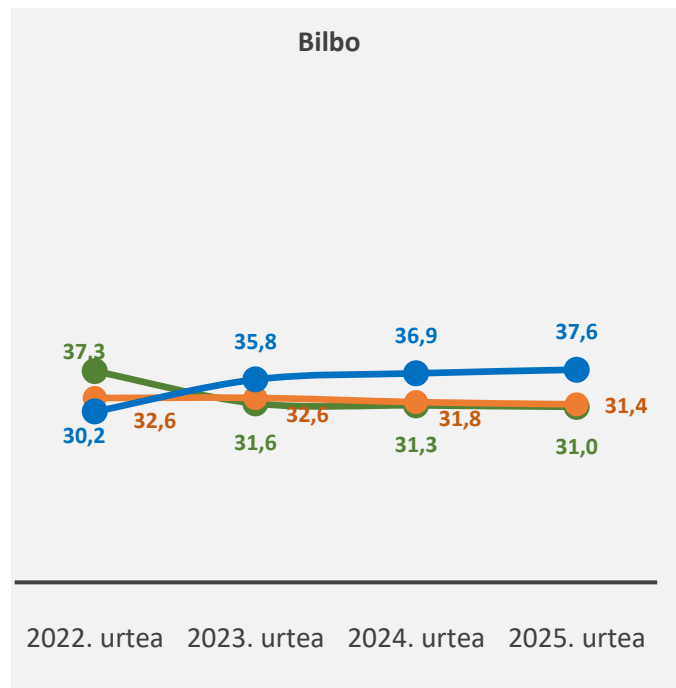
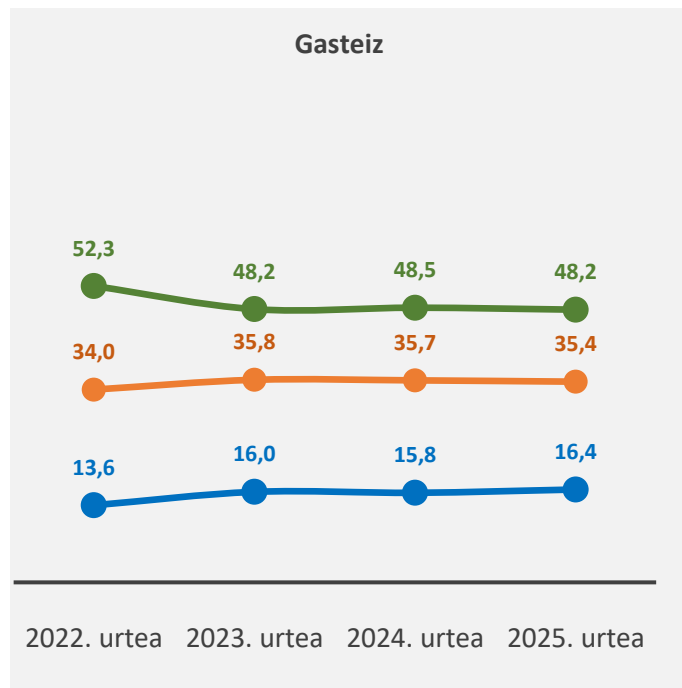
Jomuga turistiko ezberdinei dagokienez, merkatuen garrantziak honako bilakaera izan du:

- Gasteiz jomuga hartuta, tokiko merkatua da turismo-industrian gailentzen dena. Dena den, beheranzko joera erakusten du, 2025era begirako aurreikuspenean mantendu egiten dena, 2022ko % 52,3tik 2025eko % 48,2ra igaroz. Estatuko gainerako lurraldeetatik datorren turismoaren garrantzia nahiko egonkor mantentzen da, gorabehera batzuekin. Bestalde, nazioarteko turismoak igoera iraunkorra izan du, ordezkaritza gutxien duen merkatua izaten jarraitzen badu ere.
- Bilboren kasuan, merkatu turistikoaren osaera aldaketa adierazgarria gertatu da, eskuratutako emaitzetan erreparatuz. Nazioarteko turismoa, 2022an guztiaren % 30,2an kokatzen zena, merkatu nagusi bilakatu zen 2023an eta hazten jarraitzen du, 2025. urteari begira % 37,6ko aurreikuspen batekin. Bitartean, barneko merkatuak eta Estatuko gainerako lurraldeetatik datorrenak beheranzko joera arina erakusten dute.
- Donostia nazioarteari dagokionez jomuga indartsuena dela esan daiteke. Merkatu hori zen dagoeneko nagusi 2022an, % 45,2ko portzentaje batekin, eta hurrengo urteetan hazten joan da, % 50aren gainetik zertxobait egonkortu arte. Tokiko merkatuak garrantzi gutxiago du turismoaren fakturazioan jomuga honetan, 2022ko % 22,8tik 2025era begirako aurreikuspenean % 19,2ra jaitsiz.

7.6. grafikoa. Euskadiko turismo-industriaren fakturazioan turismoari esleitutako garrantziaren bilakaera merkatua aintzat hartuz jomuga turistikoaren arabera (1. zatia)*

Unitatea: portzentajea (%)

Euskadi Resto del Estado Internacional



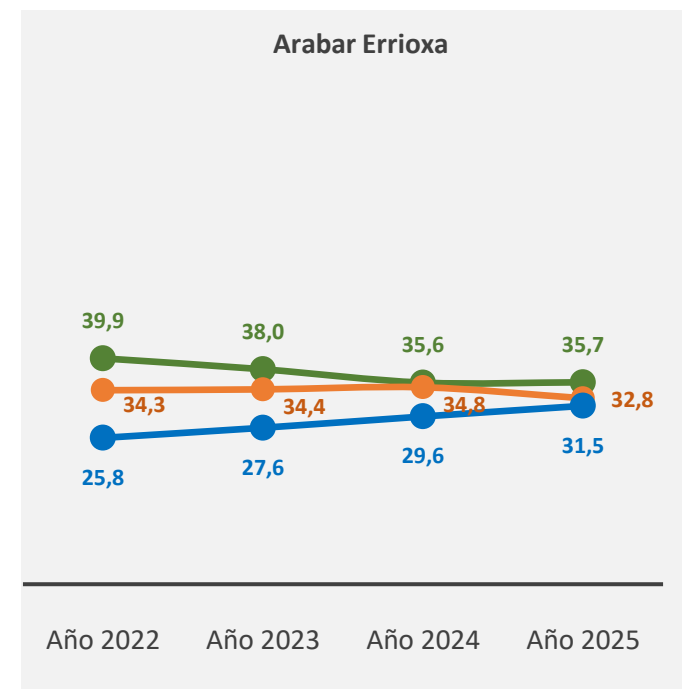
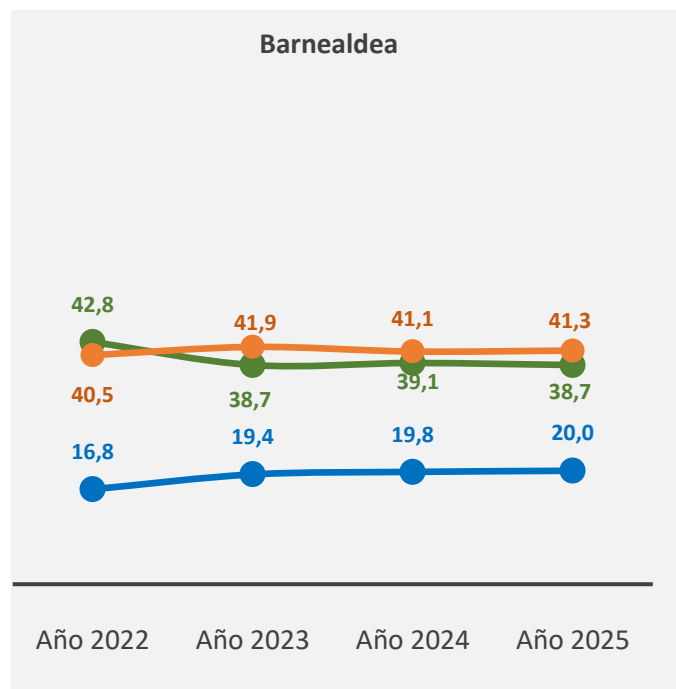
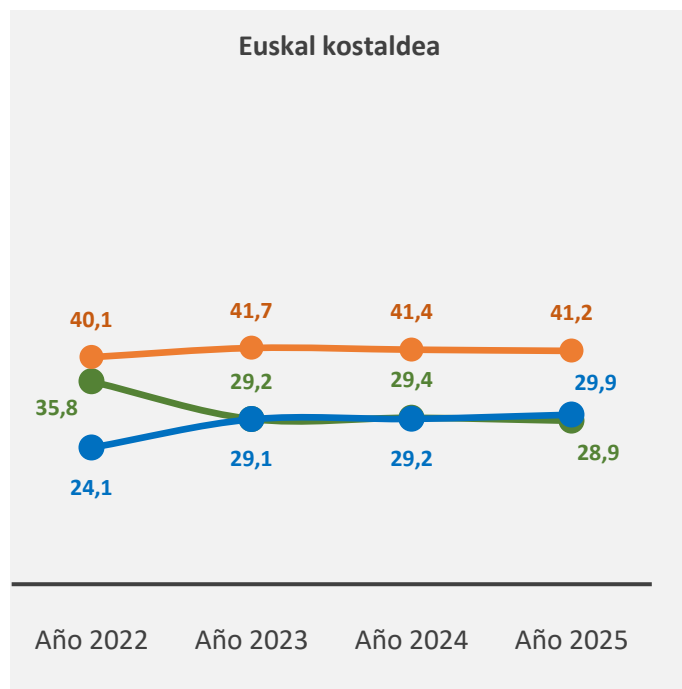
*20G. Zer portzentaje suposatu du turismoak zure negozio edo jardueraren fakturazioan merkatuen arabera?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

- Euskal kostaldean Estatuko gainerako lurraldeetatik datorren turismoa mantentzen da buruan, bere garrantzia zertxobait areagotuz, 2022ko % 40,1etik 2025eko % 41,2ra arte. Nazioarteko merkatuak bilakaera egonkorra mantentzen du, igoera arin batekin eta, beste alde batetik, Euskaditik datorren turismoak behera egin du zertxobait.
- Barnealdea jomugatzat hartuta, tokiko merkatua gailentzen da. Dena den, 2022an % 42,8koa zen, eta zertxobait behera egin du, 2025era begirako aurreikuspena % 38,7an kokatuz. Aldi berean, Estatuko gainerako lurraldeetatik datorren turismoa zertxobait igo da, eta bigarren merkatu gisa sendotu da, % 41etik gertuko zifrekin. Nazioarteko merkatuari begira ere, garrantzi gutxiago izan arren, joera positiboa da.
- Arabako Errioxan bilakaerak hiru merkatuen arteko oreka erakusten du. Euskadiko turismoaren garrantziak behera egin du pixkanaka, eta Estatuko gainerako lurraldeetatik datorren turismoak goranzko joera arina erakusten du. Haatik, nazioarteko merkatua da gorakada nabaria izan duena, eskualdeko turismoaren dinamizazioan funtsezko aktore gisa kokatzera arte.

7.6. grafikoa. Euskadiko turismo-industriaren fakturazioan turismoari esleitutako garrantziaren bilakaera jomuga turistikoaren arabera (2. zatia)*

Unitatea: portzentajea (%)

● Euskadi
 ● Resto del Estado
 ● Internacional



*20G. Zer portzentaje suposatu du turismoak zure negozio edo jardueraren fakturazioan merkatuen arabera?
 Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)



7.3. Turismoaren sektorerako identifikatutako balizko eraginak

7.3.- Turismoaren sektorerako identifikatutako balizko eraginak

Euskadiko turismo-industriak agerian utzi ditu merkatuan, eskarian edo eskaintzan bertan antzematen dituen aldaketa nagusiak. Aldaketa horiek etorkizunean turismo-jardueran eragina izango dutela uste da, oro har, eta, beraz, baita beren negozioetan ere. Horien guztien buruan bizi dugun ezegonkortasun orokorra aipatu da, faktore ekonomiko edo politikoek eraginda, kontsulta egin zaien lau enpresatik batek (% 24,6) aipatzen duen eran. Hor ezegonkortasuna sorrazten dute zalantza makroekonomikoak edota gerrak ekartzen dituzten gatazka globalak ditugu, testuinguruan eta bidaiariaren konfiantzan eragin nabaria dutenak.

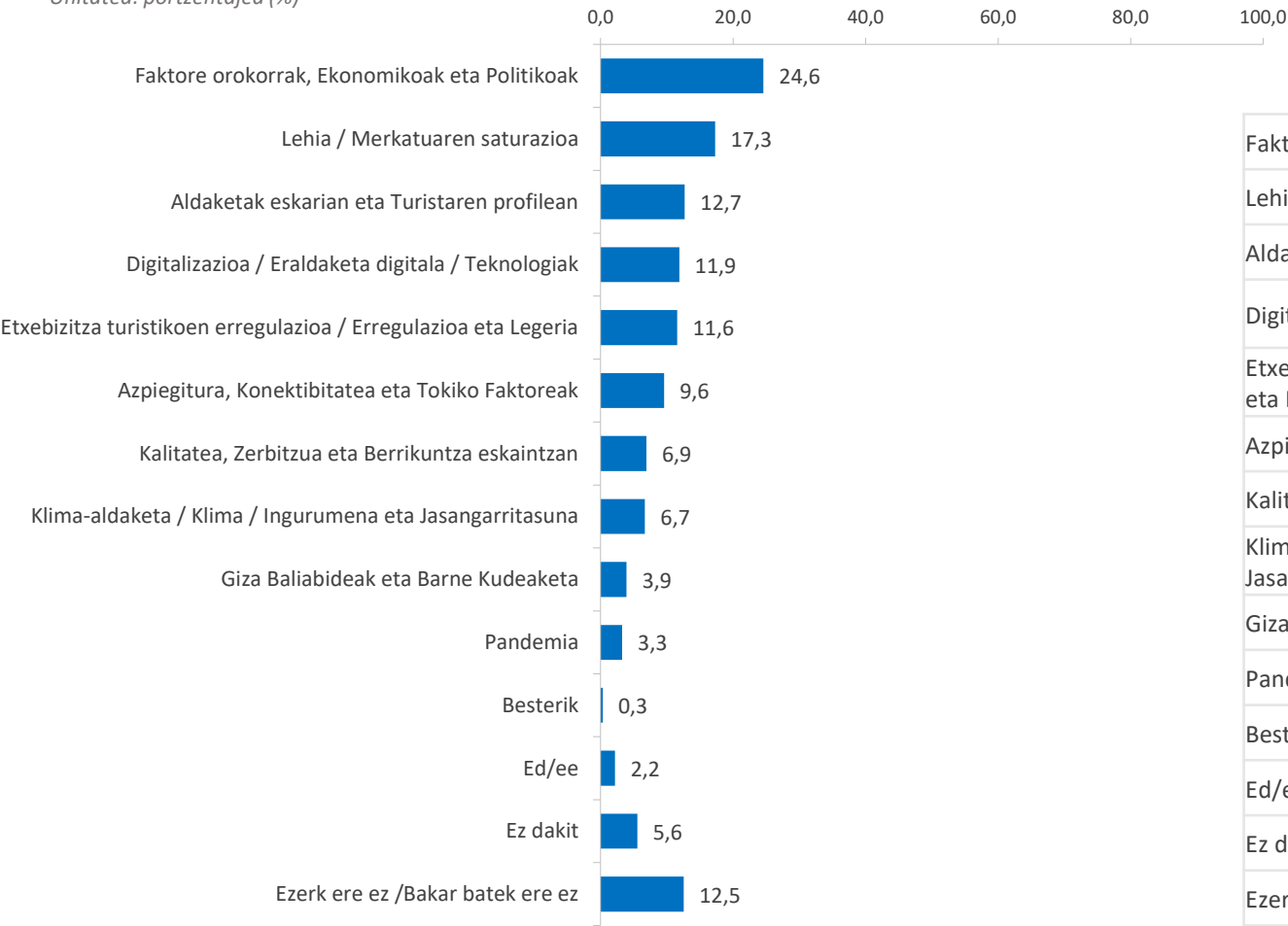
Turismo-industriako enpresen jarduerak eragina izan dezakeen beste alderdi bat lehia gero eta handiagoa da eta, neurri batean, merkatuaren saturazioa, kontsulta egin zaien % 17,3k aipatzen duena. Arrisku modura hautematen da, era berean, eskarian eta jomugara iristen pertsona turistaren profilaren ematen den aldaketa (% 12,7). Halaber, digitalizazioa, sektorean beharrezkoak diren ekoizpen-teknologiak gaineratzea, funtsezko erronka da (% 11,9) Halaber, turismo-jardueraren erregulazioarekin lotutako kezka sortzen da, etxebizitza turistikoak ere hor agertzen direlarik lege aldetiko nolabaiteko zalantzazko egoera batean, non aldaketak aurreikusten baitira (% 11,6). Badira eragin txikiagoa duten beste zenbait faktore, esate baterako, konektibitateko azpiegiturak (% 9,6), zerbitzuaren kalitatea eta berrikuntza jomugan (% 6,9), jasangarritasuna eta klima-aldaketa (% 6,7) eta giza baliabideak (% 3,9).

Sektorearen araberako aldeetan erreparatuz, kezka handiagoa ikusten da alojamenduen kasuan, lehiak (% 18,5) edo etxebizitza turistikoaren erregulazioak (% 12,7) eraginda, eta baita kontsumitzaileen edo bisitariengan eragina duten faktore orokorren ondorioz ere. Sektore horretan, era berean, azpimarragarria da % 17,3 uste duela bere jardueran faktore horietako bakar batek ere ez duela eraginik izango. Horrek arriskuaren pertzepzio txikiagoa edo eskari egonkorragoa iradokitzen du.

Bidaia-agentziei eta turismo-operadoreei dagokienez, kezka handiagoa ikusten da digitalizazioarekin eta eraldaketa teknologikoarekin (% 31,4), eta baita faktore orokorrekin ere. Turismo-gidarien kasuan, faktore orokorrekin (% 30,8), eskarian eta turistaren profilean izandako aldaketekin (% 25,2), eta azpiegiturekin eta konektibitatearekin (% 27,0) lotutako erronkak hautematen dira. Multzo guztiak kontuan izanik, horiek dira etor daitezkeen aldaketen aurrean sentsibiltate askoz ere handiagoa erakusten dutenak.

7.7. grafikoa. Turismoa-industriaren enpresek eskarian identifikatu dituzten eta sektorean eragina izango duten aldaketak*

Unitatea: portzentajea (%)



	Jarduera mota		
	Alojamenduak (kop=577)	Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak (kop=261)	Turismo-gidariak (kop=92)
Faktore orokorrak, Ekonomikoak eta Politikoak	22,9	27,5	30,8
Lehia / Merkatuaren saturazioa	18,5	11,4	22,6
Aldaketak eskarian eta Turistaren profilean	11,6	11,2	25,2
Digitalizazioa / Eraldaketa digitala / Teknologiak	6,1	31,4	7,5
Etxebizitza turistikoen erregulazioa / Erregulazioa eta Legeria	12,7	5,1	19,5
Azpiegitura, Konektibitatea eta Tokiko Faktoreak	8,8	5,4	27,0
Kalitatea, Zerbitzua eta Berrikuntza eskaintzan	5,8	8,8	11,3
Klima-aldaketa / Klima / Ingurumena eta Jasangarritasuna	5,9	7,5	11,3
Giza Baliabideak eta Barne Kudeaketa	3,4	4,1	7,5
Pandemia	3,3	2,4	5,0
Besterik	0,2	0,7	--
Ed/ee	2,3	1,5	3,1
Ez dakit	4,5	9,7	3,1
Ezerk ere ez /Bakar batek ere ez	17,3	2,7	--

*34G. Zure ustez, zein dira turismo-sektorearen eskarian aurreikusten diren eta zure jardueran eragina izan dezaketen aldaketa nagusiak? (Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (kop=1.834)

Erronka nagusiak tipologiaren arabera



8.- Lankidetza instituzionala eta kudeaketaren balioespena



8.1. Instituzioek emandako zerbitzuekiko lotura

8.1.- Instituzioek emandako zerbitzuekiko lotura

Inkestaren beste helburu bat Euskadiko turismo-industriak 2024an Eusko Jaurlaritzako Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak bultzatutako ekintzaren batean parte hartzearen bidez instituzioekin duen harremanean sakontzea da. Inkestak agerian utzi du turismo-industriak, ia osorik, instituzioen zerbitzuren bat kontsultatu duela, zerbitzuan kolaboratu duela edo parte hartu duela (% 97,5). Administrazioak bultzatutako zerbitzuei edo ekintzei dagokienez, turismo-industriak horietako bitan parte hartu du nagusiki. Alde batetik, lau enpresatik batek, gutxi gorabehera, estatistiken eta ikerketen arloa kontsultatu edo aztertu du, % 25,5ak adierazten duen eran, eta antzeko portzentaje batek, % 24,9k, parte hartu du sailaren sustapenerako bideren batean.

Zertxobait apalagoa da, azpimarragarria izaten jarraitzen badu ere, administrazioak bultzatutako prestakuntza-ekintzetan parte hartu duen turismo-industriaren portzentajea (% 19,2). Horren atzetik daude azoketara bertaratu direnena (% 17,6) edo foro edo jardunaldietara bertaratu direnena (% 17,2). Zertxobait baxuagoa da laguntza eta prestazioetarako irisgarritasunarena (% 14,8) edo sustapen-kanpainarena (% 10,2). Azkenik, nabarmendu behar da instituzioetatik sektorerara bideratutako beste zerbitzu batzuen irisgarritasunak behera egin duela produktuko Klubaren ekintzen (% 5,2), Fam/Press trip-ekin abiatutako lankidetzen (% 7,5) edo lehiakortasuna hobetzeko programen (% 9,1) kasuan.

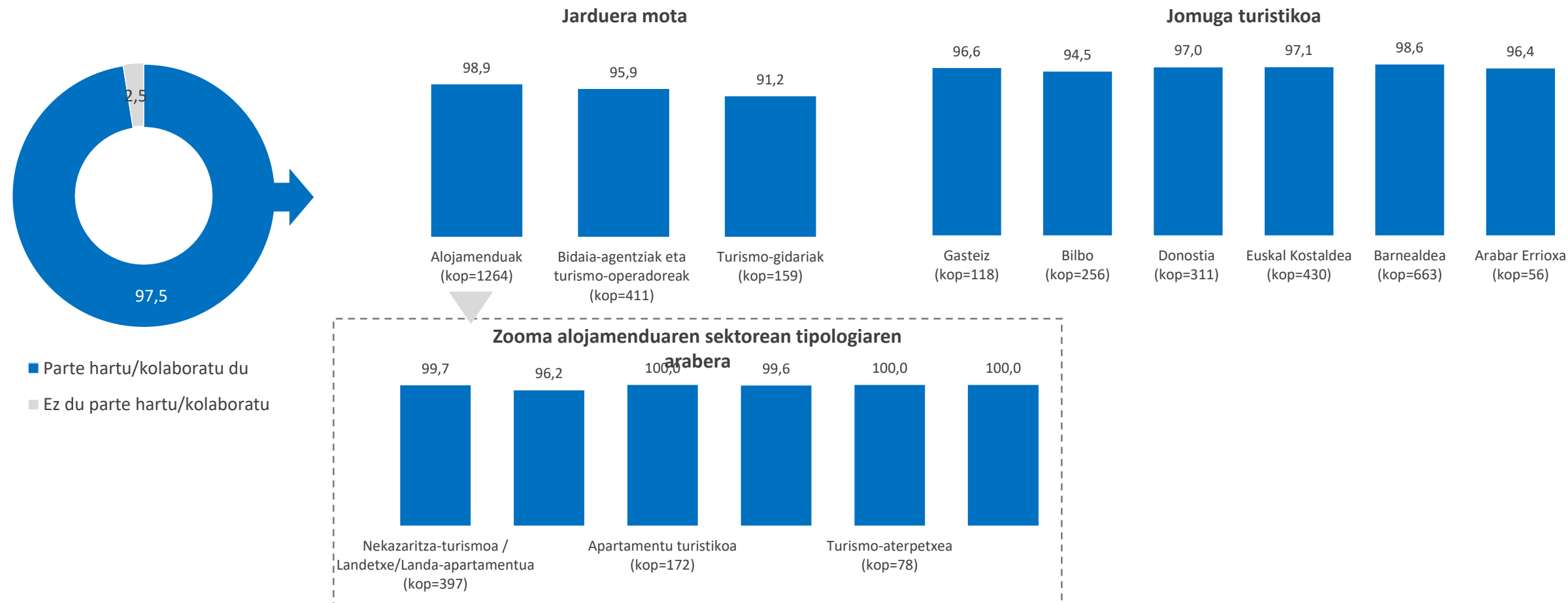
Alojamenduaren sektorea da, oro har, sailaren zerbitzu ezberdinak gehien erabili dituen. Ikerketen eta estatistiken (% 28,7) eta sustapenerako bideen (% 26,7) erabilera nabarmentzen da. Era berean, prestakuntza-ekintzetan (% 18,3) parte hartu dute eta, foro eta jardunaldietara bertaratu dira (% 16). Neurri txikiagoan, laguntzak jaso dituzte (% 15,4) eta arloko azoketara bertaratu dira (% 15,4).

Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreen kasuan, saileko programekin agertu duten erabilera edo lankidetzak maila apalagoa da, eta gehienbat azoketara bertaratzea (% 22,9), ikerketa eta estatistiketan parte hartzea (% 17,5), foro eta jardunaldietara bertaratzea (% 15,8) eta prestakuntza-ekintzak egitea (% 15,1) nabarmentzen dira.

Turismo-gidariena da instituzioen zerbitzuak modu aktiboenean erabili dituen jardura. Prestakuntza-ekintzetan (% 37,7) sustapenerako bideetan (% 37,1) eta foro/jardunaldietan (% 30,2) izandako partaidetza nabarmentzen da. Halaber, esanguratsua da Fam/Press tripekin izandako lankidetzak (% 22,6).

8.1. grafikoa. 2024an Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren zerbitzuren bat erabili duten turismo-industriako enpresen portzentajea*

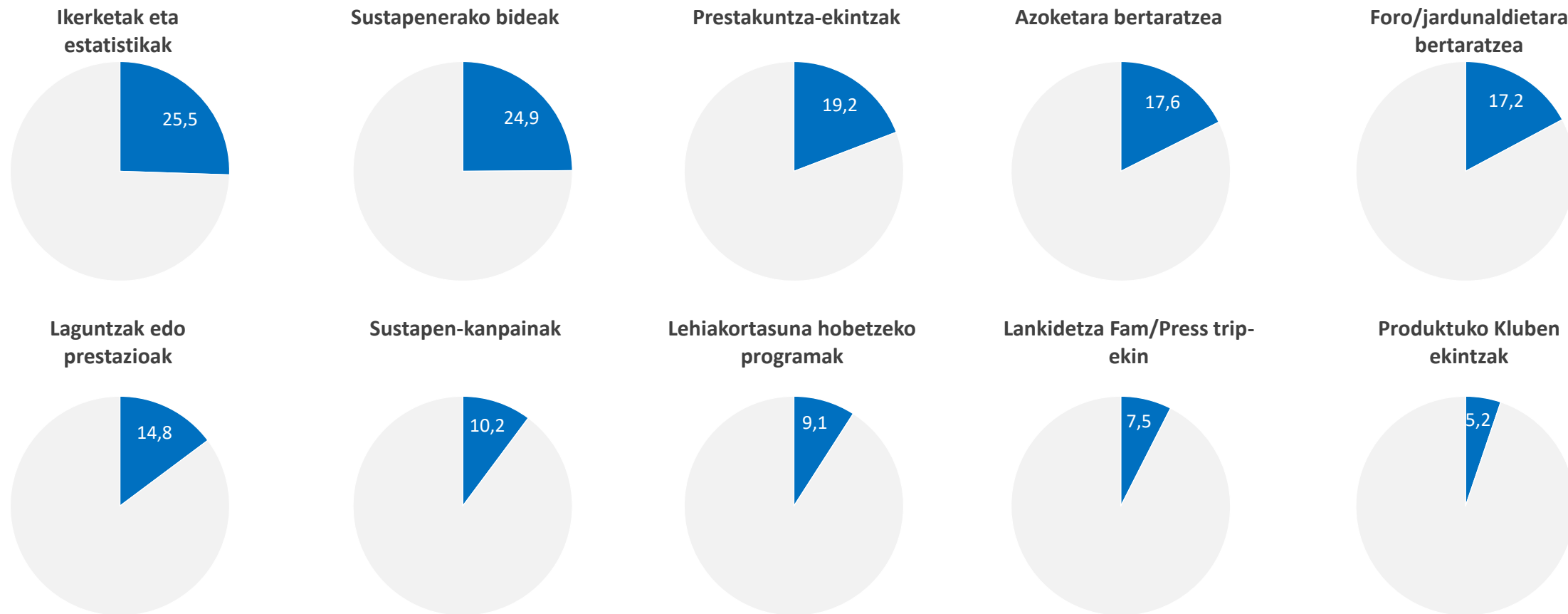
Unitatea: portzentajea (%)



*39G. Amaitzeko, gustatuko litzazuke jakitea zure negozioak 2024an Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak bultzatutako zerbitzu edota ekintza hauek erabili dituen.
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (1.834)

8.2. grafikoa. 2024an Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren zerbitzu ezberdinak erabili dituzten turismo-industriako enpresen portzentajea*

Unitatea: portzentajea (%)



*39G. Amaizeko, gustatuko litzaiguke jakitea zure negozioak 2024an Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak bultzatutako zerbitzu edota ekintza hauek erabili dituen.
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (1.834)

8.1. taula. 2024an Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren zerbitzu ezberdinak erabili dituzten turismo-industriako enpresen portzentajea jarduera motaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)

	Jarduera mota		
	Alojamenduak (kop=1.264)	Bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak (kop=411)	Turismo-gidariak (kop=159)
Ikerketak eta estatistikak	28,7	17,5	20,8
Sustapenerako bideak (liburukiak, Euskadi Turismo webgunea, gizarte-sareak)	26,7	14,6	37,1
Prestakuntza-ekintzak	18,3	15,1	37,7
Azoketara bertaratzea	15,4	22,9	20,8
Foro/jardunaldietara bertaratzea	16,0	15,8	30,2
Emandako laguntzak edo prestazioak	15,4	12,9	14,5
Sustapen-kanpainak	10,1	10,2	10,7
Lehiakortasuna hobetzeko programa/proiektuetan parte hartzea	8,5	9,0	13,8
Lankidetza Fam/Press trip-ekin	3,9	12,7	22,6
Produktuko klubek ekintzetan parte hartzea	4,3	7,3	6,9

Zerbitzu nabarmenak

*39G. Amaitzeko, gустatuko litzaiguke jakitea zure negozioak 2024an Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak bultzatutako zerbitzu edota ekintza hauek erabili dituen. (Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (1.834)

8.2. taula. 2024an Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren zerbitzu ezberdinak erabili dituzten turismo-industriako enpresen portzentajea alojamenduaren tipologiaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)

	Alojamenduaren sektoreko jardueraren xehetasuna					
	Nekazaritza-turismoa / Landetxe/Landa-apartamentua (kop=397)	Hotela (kop=319)	Apartamentu turistikoa (kop=172)	Pentsioa / Ostatua (kop=270)	Turismo-aterpetxea (kop=78)	Campingak (kop=20)
Ikerketak eta estatistikak	23,4	39,2	25,0	26,3	26,9	35,0
Sustapenerako bideak (liburukiak, Euskadi Turismo webgunea, gizarte-sareak)	25,4	36,1	20,3	23,0	16,7	50,0
Prestakuntza-ekintzak	19,9	24,5	14,0	11,5	15,4	25,0
Azoketara bertaratzea	10,6	31,0	11,6	6,7	7,7	35,0
Foro/jardunaldietara bertaratzea	13,1	27,6	16,9	7,4	11,5	15,0
Emandako laguntzak edo prestazioak	13,6	20,1	17,4	11,1	15,4	25,0
Sustapen-kanpainak	8,1	16,9	9,9	4,4	11,5	10,0
Lehiakortasuna hobetzeko programa/proiektuetan parte hartzea	8,6	13,5	5,8	4,4	6,4	10,0
Lankidetzat Fam/Press trip-ekin	1,5	12,2	--	0,7	1,3	5,0
Produktuko klubaren ekintzetan parte hartzea	3,5	7,2	5,2	1,5	1,3	15,0

Zerbitzu nabarmenak

*39G. Amaitzeko, gustatuko litzaiguke jakitea zure negozioak 2024an Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak bultzatutako zerbitzu edota ekintza hauek erabili dituen. (Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (1.834)

8.3. taula. 2024an Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren zerbitzu ezberdinak erabili dituzten turismo-industriako enpresen portzentajea jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)

	Jomuga turistikoa					
	Gasteiz (kop=118)	Bilbo (kop=256)	Donostia (kop=311)	Euskal kostaldea (kop=430)	Barnealdea (kop=663)	Arabar Errioxa (kop=56)
Ikerketak eta estatistikak	23,7	30,1	28,3	24,0	23,2	32,1
Sustapenerako bideak (liburukiak, Euskadi Turismo webgunea, gizarte-sareak)	27,1	27,0	24,8	24,7	23,4	32,1
Prestakuntza-ekintzak	22,0	17,6	23,2	17,9	18,1	23,2
Azoketara bertaratzea	18,6	21,1	19,6	17,4	14,5	25,0
Foro/jardunaldietara bertaratzea	18,6	25,0	17,7	15,1	14,3	25,0
Emandako laguntzak edo prestazioak	7,6	20,3	17,0	15,1	12,1	21,4
Sustapen-kanpainak	11,0	10,9	10,3	12,3	8,1	12,5
Lehiakortasuna hobetzeko programa/proiektuetan parte hartzea	8,5	9,0	11,6	9,5	7,5	10,7
Lankidetzat Fam/Press trip-ekin	12,7	10,9	9,3	6,7	3,8	19,6
Produktuko klubetan ekintzetan parte hartzea	6,8	5,1	4,8	6,3	4,4	5,4

Zerbitzu nabarmenak

*39G. Amaitzeko, gustatuko litzaiguke jakitea zure negozioak 2024an Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak bultzatutako zerbitzu edota ekintza hauek erabili dituen. (Erantzun anitza)
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (1.834)



8.2. Kudeaketa instituzionalaren balioespena

8.2.- Kudeaketa instituzionalaren balioespena

Instituzioen kudeaketa modu positiboan hautematen du turismoaren sektoreko zati handi batek. Industriaren % 45,8 pozik agertzen da, zazpi puntu edo gehiago emanez 0-10 bitarteko eskala batean. Bestalde, % 24,5ak nahikoa deritzo (5-6 puntu bitartean). Puntuazio negatiboak oso baxuak dira, eta turismoaren sektoreko hamar enpresatik batek ematen ditu (% 10,6) Nabarmendu behar da kontsultan parte hartu duen industriaren % 19,1ak ez duela jakin erantzunik ematen, edo nahiago izan duela ez erantzun, edo ez duela gai honi buruzko iritzirik jakinik. Industriako iritzien batez bestekoari so, administrazioek eta, zehazki, Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak burututako kudeaketak 6,3 puntu jasotzen ditu.

Alojamenduaren sektoreari erreparatuz, balorazioa positiboa da oro har (% 48,8); % 40,9k balorazio ona ematen dio, eta % 7,9k oso ona. Orokorrean, sektorearen ikuspegia nahiko ona dela ikus daiteke, baina aparteko gogoberotasunik gabe, sektorean hobetzeko tarte dagoela erakutsiz. Hemen, hotelak baloratzen dituzte instituzioak gehien, izan ere, % 48,6ak ongi baloratzen ditu, eta % 8,5ak oso ongi, administrazioarekiko harreman sendoa islatuz. Horiekin batera, pentsioek eta hostatuek, eta campingek ere asebetetze maila handiak agertzen dituzten (% 45-50eko balorazio positiboa).

Bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, soilik % 34,0k ematen die balorazio ona (ona eta oso ona), beste sektore batzuetan baino zifra apalagoa. Gainera, erantzun neutroen portzentaje handiena metatzen da hor (% 23,4), baina bereziki esanguratsua da erantzunik ematen ez dutenena (% 33,1). Horrek kudeaketa publikoarekiko nolabaiteko atxikimendurik eza, distantzia edo ezagutzarik eza iradoki dezake.

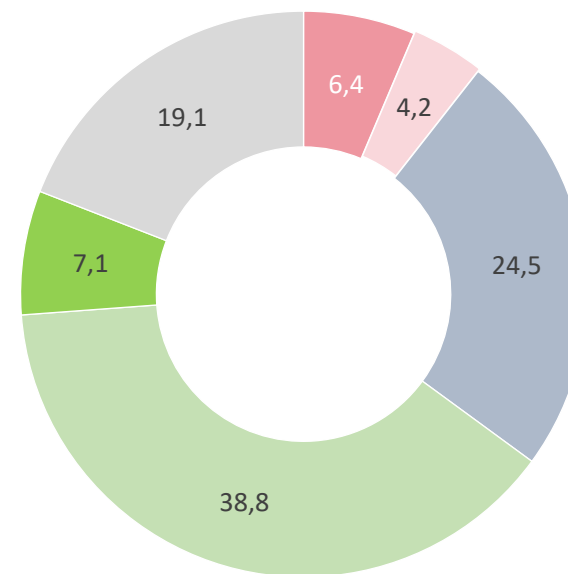
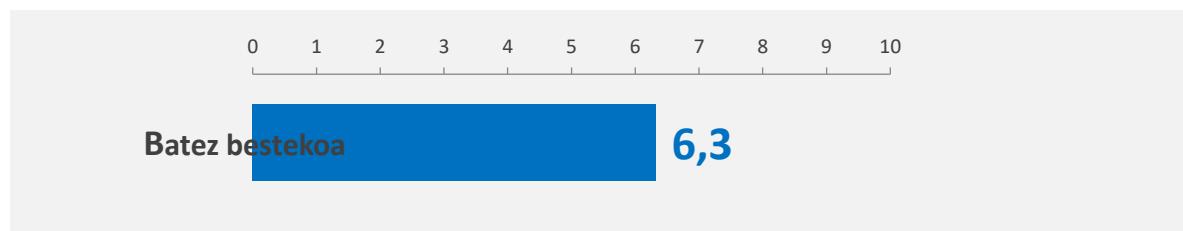
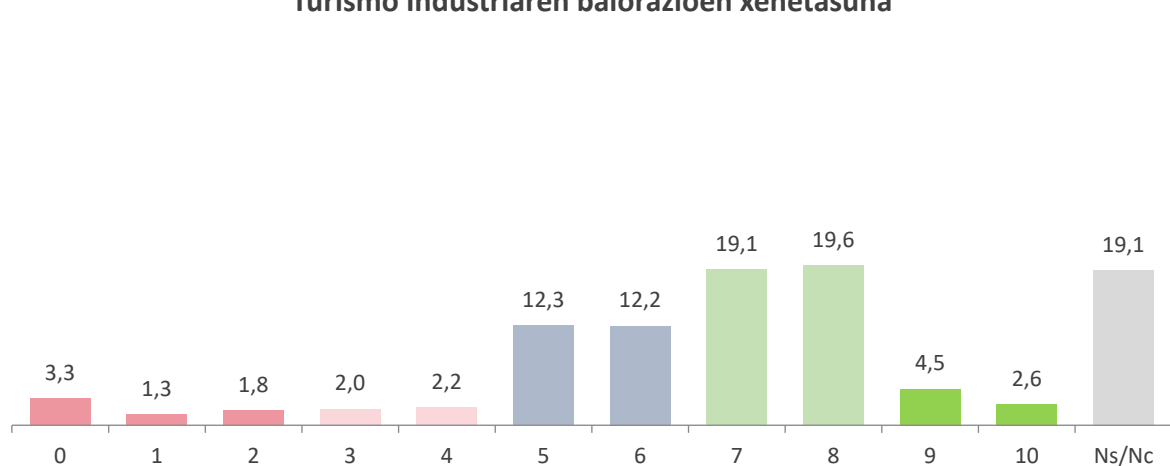
Turismo-gidariena da instituzioekiko pertzepzio onena agertzen duen multzoa. Horrela, % 52,8k ongi baloratzen ditu.

Jomuga turistikoa ezberdinei dagokienez, 8.5. *grafikoan* agerian geratzen da turismo-industriak hobeto baloratzen duela instituzioen zeregina edo jarduna Arabako Errioxaren (muturreko iritzirik badaude ere), Donostiaren eta Bilboren kasuan.

8.3. grafikoa. Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren kudeaketa instituzionalaren balioespena, jarduera motaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)

Turismo Industriaren balorazioen xehetasuna

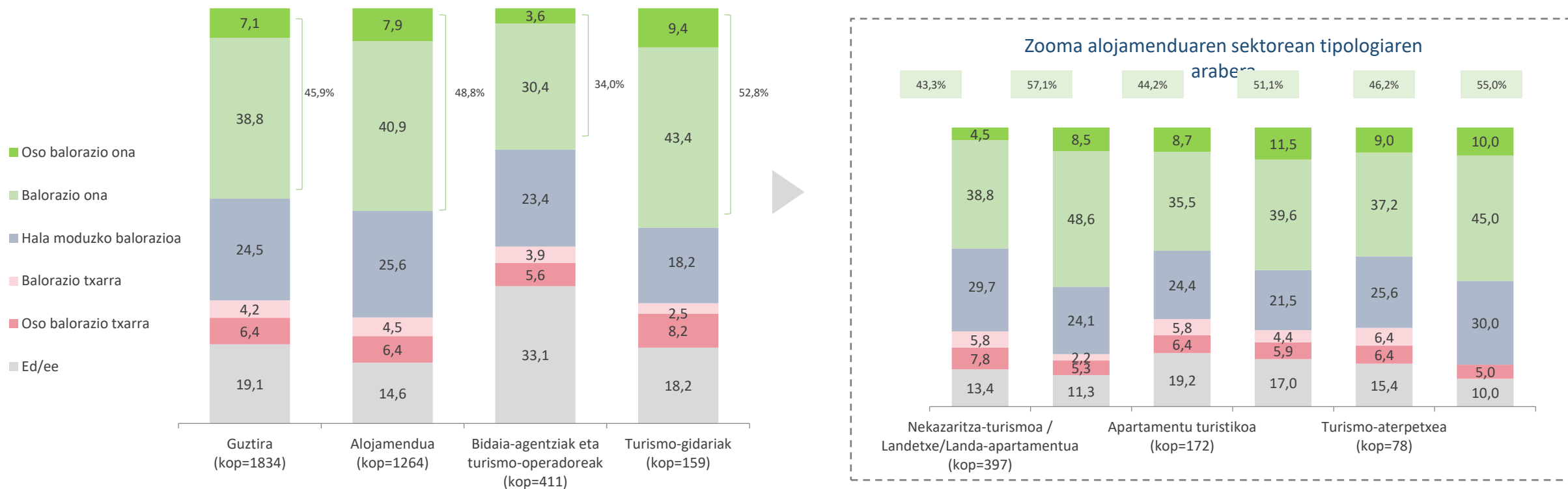


- Oso balorazio txarra
- Balorazio txarra
- Hala moduzko balorazioa
- Balorazio ona
- Oso balorazio ona
- Ed/ee

*40G. 0-10 bitarteko eskalan, 0 izanik balorazio okerrekoa eta 10 onena, zer balorazio ematen diozun, oro har, Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak 2024ko ekitaldian egindako kudeaketa instituzionalari?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (1.834)

8.4. grafikoa. Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren kudeaketa instituzionalaren balioespena, jarduera motaren arabera*

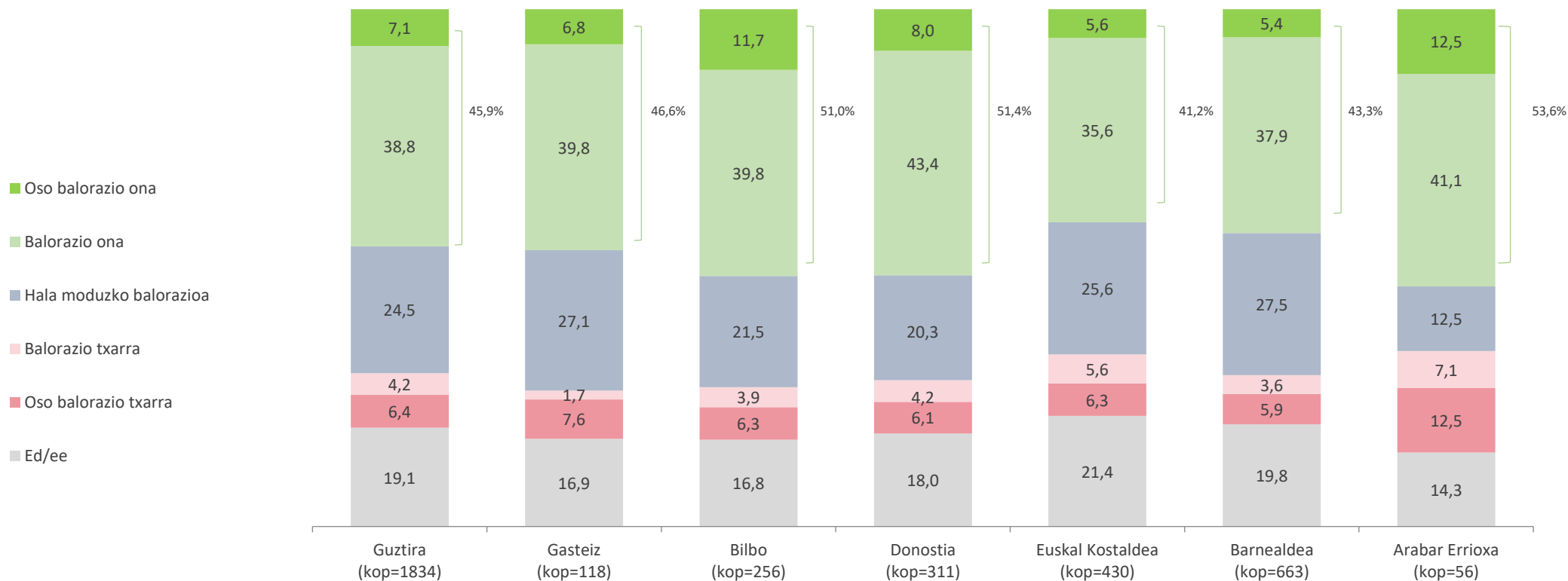
Unitatea: portzentajea (%)



*40G. 0-10 bitarteko eskalan, 0 izanik balorazio okerrekoa eta 10 onena, zer balorazio ematen diozun, oro har, Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak 2024ko ekitaldian egindako kudeaketa instituzionalari?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (1.834)

8.5. grafikoa. Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailaren kudeaketa instituzionalaren balioespena, jomuga turistikoaren arabera*

Unitatea: portzentajea (%)



*40G. 0-10 bitarteko eskalan, 0 izanik balorazio okerrekoa eta 10 onena, zer balorazio ematen diozun, oro har, Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak 2024ko ekitaldian egindako kudeaketa instituzionalari?
Oinarria: Ekonomia-jarduerak guztira (1.834)



9.- Azken kontsiderazioak

Turismoak protagonismoa indartu du industriaren ekonomia-jardueran konfiantzazko giro adierazgarri batean

Euskadiko turismo-industriak hazkunde iraunkorra izan du turismoak bere ekonomia-jardueraren barruan duen garrantzian. 2022-2024 bitartean, bere jardunaren % 75 baino gehiago turismoari esleitzen dioten enpresen proportzioak portzentajezko 7,4 puntu egin du gora. Hazkunde horrek erakusten du turismoa dela sektorearen gehiengoarentzako negozioaren ardatz nagusia, eta 2025era begira goranzko joerarekin jarraituko duela aurreikusten da.

Turismo Industriaren Konfiantza Adierazlea (TIKA) industrian gailentzen den baikortasun giroaren beste adierazle bat da. Oro har, 139,1 puntu lortu ditu, 0-200 bitarteko aldakortasun-tarte batean, bizi duen uneari buruzko pertzepzio aski positiboaren isla. Berez, makro mailako dimentsioei buruzko baikortasuna, hala nola turismoak, edo industriak osotasunean hartuta, Euskadin duen osasuna oso positiboa da, eta horrek konfiantza sistemiko giroa adierazten du. Zuhurtzia gehiago ikusten da mikro mailan; hots ekonomia-jarduerarenean. Halere, pertzepzioak positiboa izaten jarraitzen du. Eta azpimarragarria da, era berean, urtebetera begirako iguripenak ere antzeko joera adierazten duela.

Iritzi positibo giro hori jarduera mota jakin batzuetan sostengatzen da, esate baterako, bidaia-agentziak eta turismo-operadoreak edo turismo-gidariak, konfiantza gehien agertzen duten sektoreak izanik. Baina, era berean, lurraldez lurralde, jomuga turistikoa batzuk pertzepzio positiboaren buruan kokatzen dira, eta adierazlea gorantz eramaten dute. Hori da, bereziki, Bilboren kasua, eta ondoren Donostia eta Gasteiz kokatzen dira, funtsean, Euskadiko hiru hiriburuak.

Nazioarteko merkatuaren gorakada turismoaren eskarian

Euskadiko turismo-industriako merkatuen bilakaerak agerian jartzen du Euskadin turismoa nazioartekotzen ari dela gero eta gehiago, eta paradigma-aldaketa bat ari dela gertatzen. Turismo-industriak tokiko edo barneko merkatuarekiko mendekotasun gutxiago du, eta merkatu horren garrantzia portzentajezko 4,7 puntu jaitsi da 2022tik 2024ra. Estatuko gainerako lurraldeetako turismoaren garrantzia da oraindik gailentzen dena, eta egonkor mantentzen da. Dena den, nazioarteko merkatuaren garrantzia pixkanaka areagotzen ari dela ikus daiteke. Bisitari mota hori areagotzen ari da urtez urte, eta portzentajezko 4,9 igo da garrantzian 2022. urtetik 2025. urtera begirako aurreikuspena, eta merkatuaren % 30,1era iritsiko dela uste da.

Donostia eta Bilbo jomugei ematen die garrantzia gehien turismo-industriak nazioarteko merkatuari dagokionez. Dena den, joera zeharkakoa da horietan guztietan, eta hori ere erronka da jomuga guztientzat, bisitarien profil berrietara egokitu beharko direnak.

Enpresa-eraldaketak turismoaren sektorearen modernizazioa bultzatzen du

Turismo-enpresen erdia baino gehiagok (% 55) enpresa-eraldaketa prozesuren bat gauzatu du azken hiru urteetan. Prozesuen digitalizazioa nagusitzen da (% 34,3) merkaturatzeko bideen dibertsifikazioarekin (% 30,3) eta produktu edo zerbitzu berrien garapenarekin (% 21,4) batera. Eraldaketa hori bereziki esanguratsua izan da bidaiaria-agentzien eta turismo-operadoreen multzoan, argi eta garbi suspertzen eta aldatzen ari dena pandemiaren ostean.

Esan daiteke sektorearen digitalizazioak eraldaketa egituratu duela, eta horrek era berean Euskadiko turismo-industrian merkaturatzeko bideen dibertsifikazioa ekarri du. 2024an oline bidezko bidaia-agentziek (OTA) bereganatu zituzten salmenten % 36,7, berezko bideen aurretik (establezimendu fisikoak eta web-orrialdeak), % 46ra iritsi zirenak. Joera horrek merkataritza-estrategia digital sendo eta bide anitzekoa izatearen garrantzia indartzen du.

Urtaroen eraginak erritmoa ipintzen jarraitzen du

Urtaroen eragina egiturazko faktorea da oraindik Euskadiko turismo-jardueran. 2024an zehar jardueraren ia erdia uztailetik irailera eman zen, goi-denboraldian, eta abuztua izan zen jarduera-bolumen handieneko hilea. Urtaroaren eragina bereziki nabaria da alojamenduaren sektorean, hiru hilabete horietan metatzen baitu bere jardueraren % 51.

Aitzitik, beste sektore batzuen kasuan, esate baterako, bidaia-agentzien eta turismo-gidarien kasuan urtaroaren eragina ez da horrenbestez, eta jarduera urte osoan zehar dago banatuta.

Euskadiko turismo-industriaren abaguneak

Inkestak, era berean, sektorearen etorkizun estrategikorako zenbait gako eman ditu:

- Alde batetik, sektorean enpresa- edo lanbide-elkarteren bateko kide da hiru enpresatik bat soilik, eta zenbait sektoretan, esate baterako, alojamenduaren kasuan, sektorearen lankidetzarako kultura bereziki apala da (hamar enpresatik ia zazpi ez dira inongo elkarteren kide). Aitzitik, bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, afiliazio mailak handiagoak dira (% 52,3), nagusiki korporazio-sareekin edo enpresa-taldeekin lotuta. Turismo-gidarien kasuan tarteko egoera ikusten da, kasu horretan ere hobetzeko marjina batekin.
- Turismo-enpresen % 50,7k soilik adierazten du lankidetzak dituela beste erakunde edo eragile batzuekin. Bidaia-agentziak (% 63,5) eta turismo-gidariak (% 57,9) daude buruan alderdi horretan, eta beste aldean dago alojamenduaren sektorea, lankidetzak % 45,6ra jaisten baita. Hemen plataforma digitalak eta marketplaceak ditugu hizpide, eta Booking, TripAdvisor edo Expedia dira lankidetzak-eragile nagusiak, bereziki alojamenduari dagokionez. Halaber, bidaia-agentziekin, beste alojamendu batzuekin eta jatetxe-enpresekin akordioak ikusten dira, sinergiak sortzeari dagokionez hobetzeko aukera duen ekosistema bat islatuz.
- Enpresen % 65,3k prestakuntza-premiak identifikatu baditu ere, ia erdiak ez du gaikuntza-ekintza bakar batean ere parte hartu 2024an zehar. Industriak adierazitako premia nagusia konpetentzia digitalen eskurapena da (% 49,9), eta ondoren marketina eta merkaturatzea (% 44,5) eta enpresa-kudeaketa (% 36,1).

Erronkak, zalantzak eta laguntza instituzionalaren funtsezko zeregina

Euskadiko turismo-sektorean faktore ekonomiko eta politikoekin lotutako ezegonkortasun orokorra da sektoreak izan dezakeen zalantza nagusia. Ezegonkortasuna sorrarazten dute zalantza makroekonomikoak edota gerrak ekartzen dituzten gatazka globalak, testuinguruan eta bidaiariaren konfiantzan eragin nabaria dutenak. Halaber, gero eta handiagoa den lehia, edo eskariaren eta jomugara iristen den turistaren profilaren aldaketa, digitalizazioa, edo turismo-jardueraren erregulazioarekin lotutako zalantzak.

Testuinguru horretan, Euskadiko turismo-industria ia guztiak instituzioen zerbitzuren bat erabili du edo Eusko Jaurlaritzaren Turismo, Merkataritza eta Kontsumo Sailak sustatutako ekimen edo ekintzaren batean parte hartu du 2024an, estatistiken irisgarritasuna eta sustapenerako bideak nabarmenenak izanik.

Lankidetza publiko-pribatuan zer hobetzeko asmo badago ere, instituzioen kudeaketa modu positiboan hautematen du turismoaren sektoreko zati handi batek, eta etorkizuneko zalantzei aurre egiteko funtsezkotzat jotzen da. Industriaren % 45,8 pozik agertzen da, zazpi puntu edo gehiago emanez instituzioen zereginari 0-10 bitarteko eskala batean. Haatik, distantzia emozional handiagoa ikusten da hainbat sektoretan, esate baterako, bidaia-agentzien eta turismo-operadoreen kasuan, instituzioen gerizpetik urrunago daudenak.

Euskadiko turismo-industriaren arloz arloko ikuspegia



Alojamenduak

- Euskadiko alojamenduaren sektorearen ezaugarria alojamendu moten aniztasun handia da, turismo-industriaren egituran garrantzi gehien duen sektorea izanik. Aniztasun horrek kudeaketa-egiturak, profesionalizazio mailak eta merkatu turistikoarekiko lotura mailak ere oso desberdinak izatea dakar. Negozioen % 63,3k turismoak bere jardueraren % 75 edo gehiago suposatzen duela uste badu ere, beste sektore batzuetan ikusten dena baino proportzio apalagoa da, bezero heterogeneoagoak dituzten nekazaritza-turismo edo pentsio eta ostatuen eraginez. Sektorean urtaroaren eragina oso handia izaten jarraitzen du, eta bere jardueraren % 50 baino gehiago udako hiletan metatzen du.
- Bere eraldaketari dagokionez, % 49,6k aldaketaren bati ekin dio azken hiru urteetan, eta digitalizazioa eta online merkaturatzea nabarmentzen dira. Haatik, prestakuntza arloan egiturazko zenbait muga daude oraindik: enpresen % 61,1ak ez du prestakuntza-ekintzarik egin eta, gehienek prestakuntza-premiak identifikatzen badituzte ere (% 58), portzentaje hori apalagoa da beste sektore batzuetan baino. Orobat, elkartzeari begira sektore ahulena da (soilik % 33 dago afiliatuta), eta enpresen arteko lankidetzak maila ere apalagoa da, nahiz eta marketplaceen erabilera nabarmentzen den salmentarako bide gisa. Egungo egoerari buruzko bere pertzepzioa positiboa da, nahiz eta etorkizunarekiko zuhurtzia handiagoa izan, bereziki landa-eremuko alojamenduaren kasuan.

Euskadiko turismo-industriaren arloz arloko ikuspegia



Bidaia-agentziak eta
turismo-operadoreak

- Bidaia-agentziek eta turismo-operadoreek profil profesionalizatuagoa eta egonkorragoa dute Euskadiko turismo-industrian. Hamar enpresetatik bederatzik % 75etik gorako portzentajea esleitzen diote turismoari, eta beren eskarietan urtaroren eragina apalagoa dela adierazten dute. Gainera, gehiago jarduten dute turismo igorlean eta hartzailean. Horrek beren bezeroen oinarria dibertsifikatu egiten du, eta urtaroezko mendekotasuna murrizten du.
- Multzoa burua da enpresa-eraldaketari dagokionez: % 71,5ak berrikuntzaren bat egin du prozesuetan, produktuetan eta merkaturatzean. Halaber, taldea nabarmendu egiten da prestakuntza arloko parte-hartzeari, prestakuntza-premiak identifikatzeari eta asoziazionismo mailari dagokionez, azken horren kasuan enpresa-taldeetan batuta bada ere. Agentziek aurrez aurreko salmentarako bideak lehenesten dituzte eta lankidetzaren handia da beste agentzia, alojamendu eta operadore batzuekin. Konfiantzari dagokionez, iritzi baikorrena duen sektorea da, bai egungo egoerari buruzkoa, eta baita etorkizunera begirako iguripenei buruzkoa. Horrez gain, 2024an fakturazioak eta bezero kopuruak gora egiteari buruzko pertzepzioan gailendu egiten da, aurreko urtearekin alderatuz.

Euskadiko turismo-industriaren arloz arloko ikuspegia



Turismo-gidariak

- Bestalde, turismo-gidarien kolektiboa da segmentu atomizatuena, pertsona bakarreko enpresez osatuta egonik. Halere, beren jardunean turismoak duen garrantzia modu esanguratsuan areagotu da. Turismoak beren negozioaren % 75 baino gehiagoko garrantzia duen jardueren portzentajea % 59,1ekoa zen 2022an, eta 2024an portzentaje hori % 69,2ra igaro zen..
- Jardueran urtaroaren eragina ez da horren handia, eta udaberrian eta udazkenean ere mugitzen dira bezeroak. Aldi berean, bezeroen zorroa aztertutako hiru sektoreetan dibertsifikatuena da.
- Gidarien % 54,7k eraldaketa-prozesuak gauzatu ditu, nagusiki zerbitzu berriak sortuz eta online bidezko salmentarekin. Prestakuntzari dagokionez, parte-hartzearen (% 60.4) eta premiak identifikatzearen (% 84,9) tasa handienetakoa da. Horrek profesionalizazioarekin konpromiso handia erakusten du. Gainera, instituzioen zerbitzuen erabileran multzo aktiboena da, eta kudeaketa publikoa ondoen baloratzen duena ere bai. Lankidetzaren esparruan, sare profesionala eta networking erako lana nabarmentzen dira: % 77 baino gehiagok beste gidari batzuekin kolaboratzen du, eta erdiak baino gehiagok bidaia-agentziekin. Konfiantzari maila handia da, nahiz eta inguruko arriskuekiko sentsibilitate gehiago agertu.

We Are Testers plataformak egindako inkesta, Turismoaren Euskal Agentziak (Basquetour) eskatuta