

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

UGET
BAZTAN-BIDASOA

1 / Diagnóstico de la situación



Índice:

1. INTRODUCCIÓN	
1.1. Objetivos del trabajo:	4
1.2. Metodología	
2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TERRITORIO UGET	4
2.1. Mapeo de actores.	7
2.1.1. Clasificación de actores turísticos y mapa espacial	8
2.1.2.1. Análisis de los actores turísticos: servicios especializados y servicios complementarios (evolución y situación actual)	12
2.1.2.2. Análisis de entes gestores y gestores especializados en destino (análisis de la gobernanza turística).	33
2.1.2.3. Actores sociales	61
2.2. Análisis del visitante	63
2.2.1. Evolución número de visitantes:	63
2.2.2. Datos por cada una de las principales oficinas:	64
2.2.3. Visitantes año 2021 en datos:	68
2.2.4. Estacionalidad UGET:	69
2.2.5. Perfil del visitante:	72
2.3. Análisis de los recursos turísticos.	86
2.3.1. Tipología de recursos turísticos.	88
2.3.2. Ubicación.	89
2.3.3. Jerarquía.	90
2.3.4. Nivel de protección y fragilidad de los recursos naturales/culturales.	92
2.3.5. Titularidad y entes gestores.	93
2.3.6. Relación con productos turísticos.	93
2.3.7. Problemas de masificación en determinados recursos turísticos.	94
2.3.7.1. Datos de los contadores	94
2.3.7.2. Datos del sistema de reservas de los parkings.	95
2.4. Análisis de los productos turísticos.	98
2.4.1. Principales segmentos turísticos identificados en los productos.	98
1. REFLEXIÓN SOBRE EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL TERRITORIO	
3.1. Estrategia turística actual.	104
3.2. Planes relacionados con el turismo (existentes o en desarrollo).	107

3.3. Objetivos de desarrollo y promoción turística.	116
Objetivos de desarrollo turístico	116
Objetivos de promoción turística	118
3.4. Principales acciones turísticas de los últimos 3 años.	119
3.4.1. Gobernanza.	119
3.4.2. Desarrollo de producto turístico.	120
3.4.3. Promoción y comercialización.	121
3.4.4. Obras e infraestructuras turísticas	123
3.4.4. Evaluación y monitorización.	124
2. MATRIZ DAFO	
DEBILIDADES	126
FORTALEZAS	129
OPORTUNIDADES	130
AMENAZAS	132

1. INTRODUCCIÓN:

El siguiente documento recoge el Plan de Sostenibilidad Turística referente a la Unidad de Gestión Espacio Turística de Baztan-Bidasoa. En definitiva un plan territorial que pretende ser un instrumento de trabajo donde impulsar una transformación en materia de sostenibilidad turística dentro de Navarra.

La visión holística ligada al destino es la primera transformación que recoge el documento, una realidad que responde a entender Uraren Bailarak (Baztan, Bertizarana, Bortziriak, Malerreka), Urdazubi-Urdax y Zugarramurdi como destino turístico. Una realidad que está totalmente ligada a los flujos turísticos actuales y que puede ayudar a diversificar la oferta como alternativa a ciertos espacios de masificación.

De esta manera, el presente documento se presenta como un reto, un reto que deberá responder a nuevas realidades turísticas y sociales, que contemple una visión que parta como premisa de transformación y que responda también a retos de transición verde, transformación digital o retos en materia de competitividad turística en destino.

1.1. Objetivos del trabajo:

Entre los objetivos se han señalado los siguientes:

1. Diagnosticar la situación actual UGET Baztan-Bidasoa
2. Fomentar la participación de los diferentes agentes como parte de la estrategia turística.
3. Diseñar un Plan de Acción real que contemple acciones a corto-medio plazo (2022-2025)
4. Trabajar una propuesta de destino para los fondos Next Generation.

1.2. Metodología:

La metodología propuesta durante el proyecto se entiende como fundamento para alcanzar los objetivos, donde la articulación del tejido local se plantea como eje de actuación principal.

- **Comité técnico:** Integrado por el Gobierno de Navarra y los técnicos responsables en zona se presenta como agente coordinador del proyecto y principales

conocedores del territorio. Por ello, se han trabajado **entrevistas personales presenciales** y basadas en preguntas abiertas con la intención de comprender cada perfil identificado y aportar y reflexionar sobre sus conocimientos.

	Entidad/Cargo	Día/ Lugar	Duración
Iñaki Ariztia	Alcalde de Urdax. Responsable de turismo	16-11-2021 Urdax	2h
Xabier Torres	Concejal de Turismo del Ayuntamiento de Elizondo.	16-11-2021 Elizondo	2h
Mikel Albisu Marijo Iparragirre	Asociación . Técnico y miembro de la junta directiva.	16-11-2021 Oieregi/Bertiz	2h
Irantzu pastor	Técnico de Cederna Garalur y responsable de Uraren Bailarak	18-11-2021 Sede de Cederna Garalur, Bera	3h
Itxaso Aleman	Técnico Cederna Garalur (Bertizarana, Malerreka Bortziriak)	18-11-2021 Sede de Cederna Garalur, Bera	1h
Ainhoa Aguirre	Zugarramurdiko Garapena S.L	18-11-2021 Sede de Cederna Garalur, Bera	2h
Ladis Satrustegi / Asier Osés	Alcalde de Lesaka / Técnico del ayuntamiento de Lesaka. Responsables de turismo.	18-11-2021 Lesakako Udala	2h
Aitor Elexpuru	Alcalde de Bera	01/12/2021 Ayuntamiento de Bera	1h
Ixabel Aleman	Amaiurko Udala	17/12/2021	1h

- **Trabajo Interno:** Para el análisis del documento, se ha trabajado y analizado diferentes documentos que analizan la situación turística o ámbitos de actuación reseñables en Baztan-Bidasoa.
- **Proceso participativo:** Se han celebrado diferentes hitos de participación en el marco del diagnóstico y el diseño del plan de acción.

Hito de participación 1	Objetivo: Desarrollo del diagnóstico de situación.
	Sesiones trabajadas: 23-11-2021 19:00/21:00 (Lesakako Udala) 25-11-2021 19:30/21:30 (Elizondo, Casa de Cultura Arizkunenea)
	Participantes: 21 participantes- Lesaka 26 participantes - Elizondo
	Fotos documentación de apoyo: - Documento de presentación



Hito de participación 2	Objetivo: Diseño del Plan de Acción.
	Sesiones: 14-12-2021 19:00/20:30 (Lesakako Udala, Sala de Plenos) 16-12-2021 19:00/20:30 (Elizondo, Casa de Cultura Arizkunenea)
	Participantes: 15 participantes Lesaka. 27 participantes Elizondo.
	Fotos documentación de apoyo: - Documento de presentación.



Hito de participación 3

Objetivo:

Presentación del plan de acción de la UGET Baztan-Bidasoa

Sesión:

07-03-2022 19:00/20:30 (Elizondo, Casa de Cultura Arizkunenea)

Participantes:

21 participantes

Fotos documentación de apoyo:

- Documento de presentación.



2. DIAGNÓSTICO:

2.1. Mapeo de actores.

El objetivo del presente apartado es el análisis de los agentes turísticos que completan hoy en día la estructura turística de la UGET . En este sentido, se han clasificado los actores actuales que juegan un papel dentro de la realidad turística y por otra parte se ha analizado la realidad actual de algunos de los actores responsables de ofertar servicios especializados. (Los agentes responsables de la gestión turística se han analizado en el apartado de gobernanza como agentes importantes de la actividad turística actual.)

2.1.1. Clasificación de actores turísticos y mapa espacial

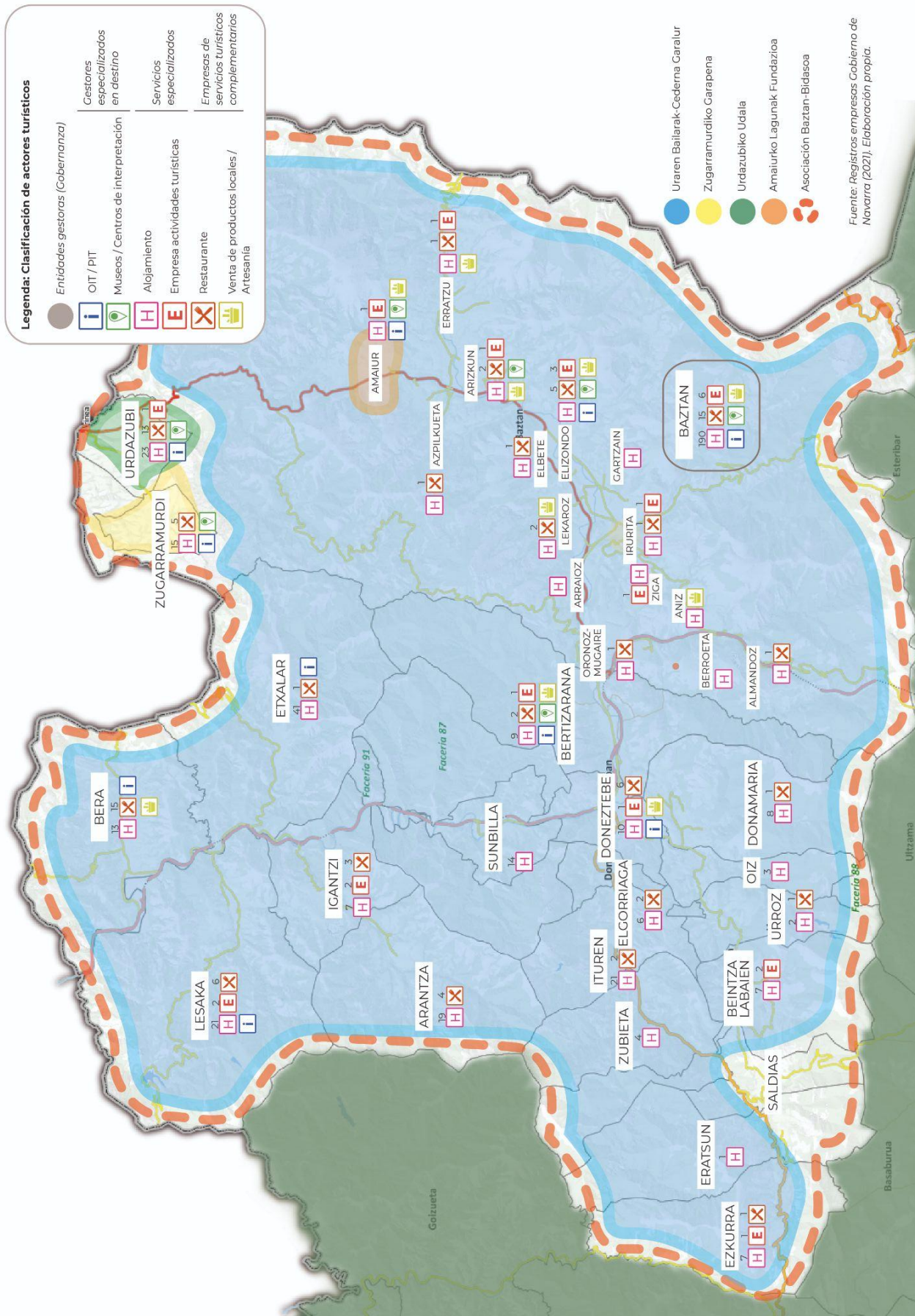
La estructuración de los actores que participan en la realidad turística de es una manera de entender y proyectar el contexto turístico del destino. Como parte de una primera aproximación a los posibles retos que se identificarán en fases posteriores al presente diagnóstico, se han clasificado, por un lado, los agentes teniendo en cuenta el papel que juegan dentro de la UGET y se han proyectado en un mapa para identificar el desarrollo de diferentes partes de la propia UGET .

Respecto a la clasificación elaborada, se recogen los actores turísticos teniendo en cuenta el papel que juegan actualmente dentro de lo que respondería a una realidad local. Se ha realizado la siguiente clasificación: :

- **Ente gestor:** Se entiende como agente competente en materia de turismo y que trabaja en la dinamización turística dentro de UGET . Se identifican, entidades públicas y privadas (estas últimas en el caso de que trabajen desde una visión de dinamización del territorio).
- **Gestores especializados en destino (Oficinas de Turismo / Museos / Centros de Interpretación):** En el caso de la presente UGET, se identifican como aquellos agentes receptores y distribuidores de la actividad turística. Sobre todo corresponde a servicios públicos (en algunos casos con gestión privada).
- **Servicios especializados (alojamientos y empresas de servicios turísticos):** Se trata de aquellos agentes que proveen de servicios principales en el destino y son parte de la diferenciación del destino. Resaltan los servicios alojativos como parte

de la oferta turística y diferencial del destino.

- **Empresas de servicios turísticos complementarios (restauración, producto local, artesanía):** Aunque se identifican como agentes importantes en el destino, se clasifican como complementarios al no poseer una representatividad tan marcada en el destino como lo tienen los servicios especializados.
- **Agentes sociales:** Los residentes son pieza clave de un destino turístico. En este caso, en el marco de las entrevistas y el proceso participativo realizados para el presente proyecto se ha subrayado la necesidad de identificar a los agentes sociales como parte también de los actuales agentes.



Mapa conceptual 1: distribución de actores turísticos en la UGET-Baztan Bidasoa. Elaboración propia.

La representación gráfica de las diferentes categorías de actores turísticos muestra de manera visual su distribución y peso dentro del territorio que comprende la UGET. A continuación se exponen algunas ideas y conclusiones al respecto:

- Existe una inclinación más acusada hacia las comarcas de Baztan, Bertizarana, Zugarramurdi y Urdazubi-Urdax en la presencia de agentes gestores especializados en destinos (OIT, museos y/o centros de interpretación).
- La UGET-Baztan Bidasoa cuenta con una extensa y sólida red de servicios especializados, actores determinantes dentro de la actividad turística. Baztan destaca, por encima de todos los territorios.
- Las 16 empresas de actividades turísticas que actualmente se identifican dentro de la UGET se distribuyen de manera más o menos homogénea: 4 empresas en Bortzirak, 4 empresas en Malerreka, 1 empresa en Bertizarana, 6 empresas en Baztan y una en Urdazubi-Urdax.
- Los ámbitos de actuación de los diferentes entes gestores del destino son muy dispares, lo que genera un contexto común desequilibrado dentro de todo el territorio UGET. Uraren Bailarak (Cederna Garalur), Zugarramurdiko Garapena y el Ayuntamiento de Urdazubi-Urdax, junto a la Fundación Amaiurko Gaztelua y la Asociación Baztan-Bidasoa, forman el ámbito de la gobernanza turística. Todas las cuestiones relativas a la gobernanza se analizarán en detalle en el apartado 2.1.2.2. *Análisis de entes gestores y gestores especializados en destino (análisis de la gobernanza).*
- En la actualidad no existe una estructura o foro determinado que represente a los actores sociales (ciudadanía) referido al ámbito turístico dentro de la UGET. La convivencia de los locales y el sector turístico no se aborda de manera integral. Por este motivo, no se ha incluido ninguna referencia en el mapa conceptual.
- Respecto a las empresas de servicios turísticos complementarios, entre las que destacan los restaurantes, es llamativo que en algunas localidades no hay servicios de restauración (datos obtenidos del Registro Turístico de Navarra). En el caso de Etxalar, por ejemplo, únicamente se identifica un restaurante tratándose de una localidad con un alto número de alojamientos turísticos y con una afluencia notable de visitantes. Estos desequilibrios entre la oferta de servicios turísticos especializados y complementarios son cuestiones a tener en cuenta.

2.1.2.1 Análisis de los actores turísticos: servicios especializados y servicios complementarios (evolución y situación actual)

Los actores encargados de la oferta de servicios turísticos, son agentes clave de la red que conforma la realidad turística de la UGET y quienes se encargan de crear la oferta turística que los/las visitantes-turistas demandan. Teniendo en cuenta el papel que juegan y la importancia que tienen en la actualidad dentro de la realidad turística, se ha realizado un análisis de dichos actores. En el siguiente apartado conoceremos su evolución y la realidad actual de los mismos.

Es preciso indicar que no se incluye el análisis de los entes gestores, así como de parte de la categoría de gestores especializados del destino (oficinas de turismo), ya que este análisis se recoge con más detalle en el apartado de Análisis de la gobernanza turística (apartado 2.1.2.2. *Análisis de entes gestores y gestores especializados en destino. Análisis de la gobernanza*).

SERVICIOS ESPECIALIZADOS (alojamientos y empresas de servicios turísticos)

En esta categoría, se identifica a los alojamientos como agentes principales en la diferenciación del destino, y las empresas turísticas, como agentes clave para el desarrollo de la actividad turística. Por ello, es importante conocer la evolución que han tenido estos servicios especializados para entender la realidad actual en la UGET- Baztan Bidasoa.

Alojamientos turísticos

Este análisis se realiza en base a las diferentes tipologías de alojamiento definidas en la clasificación de alojamientos turísticos del territorio navarro (*Fuente: Registro oficial de turismo del Gobierno de Navarra*). Tales como:

- A. Albergue turístico
- B. Apartamento Turístico
- C. Apartamento Turístico Rural
- D. Camping
- E. Casa rural habitaciones o vivienda*
- F. Hostal

- G. Hotel
- H. Hotel rural
- I. Pensión
- J. Vivienda Turística
- K. Vivienda Turística Rural
- L. Otro tipo: Espacios para autocaravanas

** Se incluyen en esta clasificación las casas rurales con actividad de agroturismo. Con la entrada en vigor del Decreto Foral 44/2014, de 28 de mayo las casas rurales que estaban inscritas el Registro de Turismo de Navarra y tuvieran autorizado el uso del término "agroturismo", tenían la posibilidad de mantener dicho término mientras sus titulares o gestores siguieran desarrollando actividades agropecuarias en las que puedan participar sus clientes.*

- [La evolución de los alojamientos en la UGET- Baztan Bidasoa](#)

Según el registro de turismo de Navarra, se tiene constancia de registros de negocios alojativos en los territorios de la UGET-Baztan Bidasoa a partir del año 1949-1950. El valle del Baztan ha sido desde sus inicios el valle que en todo momento ha dispuesto de un mayor número de alojamientos respecto a los demás valles. Le sigue Bortzirriak y, en las últimas dos décadas, se ha apreciado un crecimiento constante en este valle.

De lo contrario, en el conjunto de la UGET hay que destacar la bajada del número de alojamientos registrados en el registro oficial de Navarra este último año 2021 en comparación con el anterior.

“

Desde la década de los 60 los alojamientos han tenido una evolución ascendente.

”

	TOTAL	BAZTAN	BERTIZARANA	BORTZIRIAK	MALERREKA	URDAX/ URDAZUBI	ZUGARRAMURDI
Número de alojamientos 2021	412	190	9	100	75	23	15
Número de alojamientos 2020	427	197	9	104	81	22	14

Tabla 1: Total alojamientos 2021 y 2020

Actualmente, existen **412 alojamientos registrados**, 15 negocios registrados menos que en el año 2020, un 3,5% menos, que suponen una bajada de 260 camas (siendo Baztan el valle que más bajas ha registrado). La mayoría de las bajas se han identificado en la tipología de casa rural y apartamentos.

Referente a la evolución del **número de camas alojativas**, (se puede identificar como principal indicador de la evolución de un destino) se realiza una radiografía en los valles/comarcas de la UGET para apreciar su evolución.

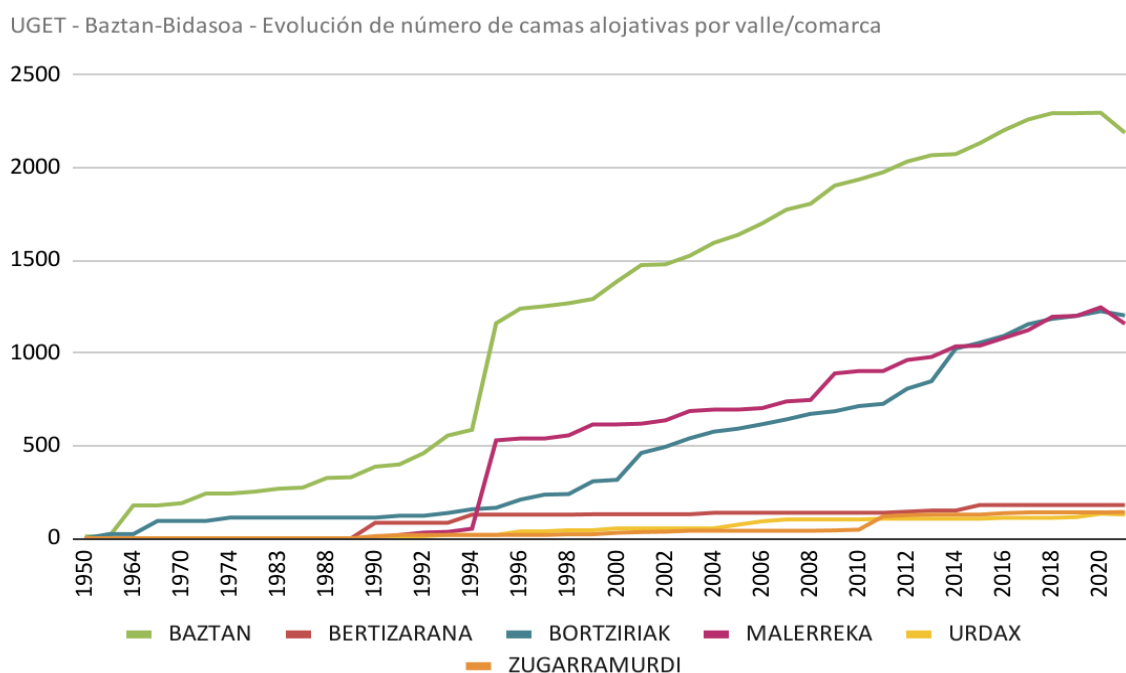


Gráfico 1: evolución de número de camas UGET por comarca / Fuente: Servicio de Planificación e Innovación de Navarra

Cabe destacar el papel que ha tenido el valle de Baztan respecto a las demás áreas, ya que con una gran diferencia, desde la década de los 60 ha dispuesto siempre de más camas y una evolución ascendente. Este ha sido uno de los factores por lo que se puede concluir, que la evolución del turismo en Baztan ha sido mayor y más agresiva que en otras regiones.

	TOTAL	BAZTAN	BERTIZARANA	BORTZIRIAK	MALERREKA	URDAX/URDAZUBI	ZUGARRAMURDI
Número de camas alojativas 2021	5001	2189	180	1203	1158	129	142
Número de camas alojativas 2020	5261	2275	203	1269	1206	146	140

Tabla 2: número de camas en la UGET por comarca 2021 y 2020 / Fuente: Servicio de Planificación e Innovación de Navarra

En el valle de Bortziriak, en las últimas dos décadas, también se ha apreciado un crecimiento constante hasta llegar al nivel de camas disponibles en Malerreka, pero con una diferencia en la tipología de alojamientos. Cabe destacar la importancia que poseen los campings en el aumento del número de camas en cada territorio (en el año 1995 se

identifica un crecimiento repentino de plazas, debido a la incorporación de los campings de Erratzu, Baztan, y de Sunbilla, Malerreka).

Por último, al igual que hemos analizado con el número de alojamientos, se detecta una bajada significativa entre el año 2020-2021 en el número de camas alojativas disponibles en la UGET (260 plazas menos en total).

Tipología de alojamiento que más camas suponen en cada valle					
Baztan	Bertizarana	Bortziriak	Malerreka	Urdazubi/Urdax	Zugarramurdi
Casa rural habitaciones Y Casa rural vivienda	Albergue Turístico	Casas Rurales	Camping	Apartamento Turístico Y Apartamento Turístico Rural	Albergue turístico
Camping	Casa rural habitaciones Y Casa rural vivienda	Albergues	Casas Rurales	Casa rural habitaciones Y Casa rural vivienda	Casa rural habitaciones Y Casa rural vivienda
Apartamento Turístico Y Apartamento Turístico Rural	Hostal	Hostales	Hoteles	Hostal	Apartamento Turístico Y Apartamento Turístico Rural

Tabla 3: Tipología de alojamientos por número de camas ofertadas / Fuente: Servicio de Planificación e Innovación de Navarra.

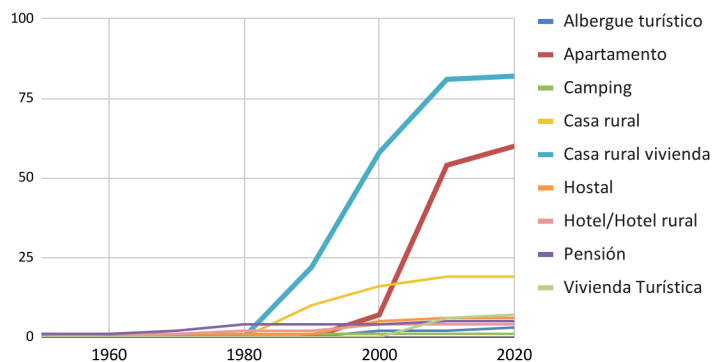
Elaboración propia

Si analizamos la evolución de **tipología de alojamiento** dentro de la UGET¹ es significativa la tendencia al alza de los alojamientos del tipo *Casas Rural Vivienda* respecto a otras modalidades. Desde el año 2000 es la tipología que más crecimiento ha registrado en todas los territorios de la UGET. De la misma manera, y como se ha señalado con anterioridad, es significativa también la presencia de apartamentos turísticos, sobre todo en Baztan, Bortziriak, Malerreka y, con más presencia, en Urdazubi-Urdax.

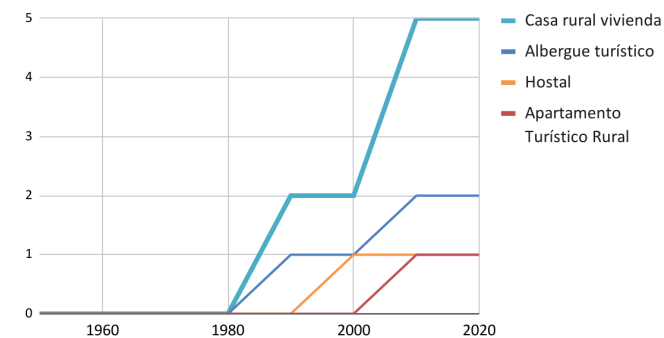
Estas tendencias pueden ser cuestiones a tener muy en cuenta a la hora de proyectar la estrategia turística de la UGET, donde la oportunidad económica puede afectar al modelo y los objetivos estratégicos definidos por los diferentes agentes de la UGET.

¹ Los datos se han analizado teniendo en cuenta el último registro del Gobierno de Navarra (año 2021) y no las altas y bajas de cada año, por lo que podría haber alguna variación en el número total de alojamientos dentro de la evolución.

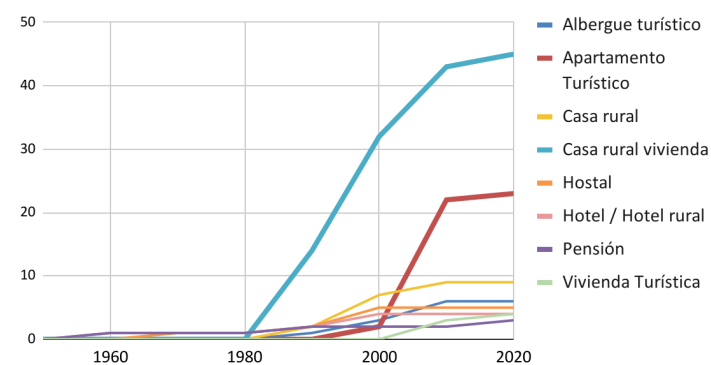
BAZTAN- Evolución de número de alojamientos por tipologías (1950-2021)



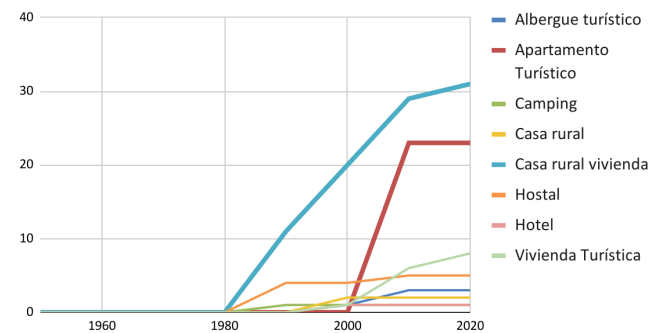
BERTIZARANA- Evolución de número de alojamientos por tipologías (1950-2021)



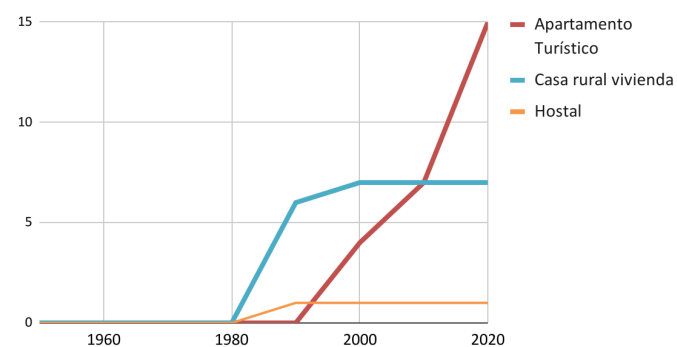
BORTZIRIAK- Evolución de número de alojamientos por tipologías (1950-2021)



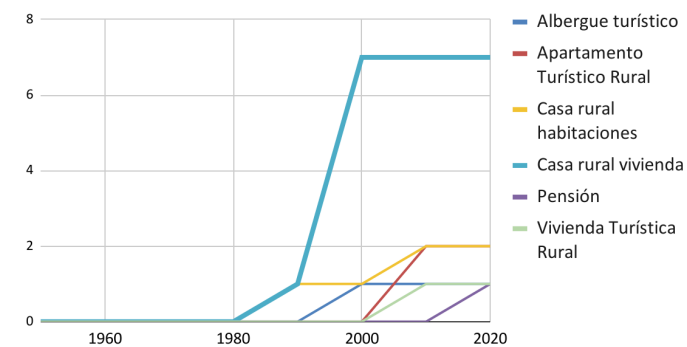
MALERREKA- Evolución de número de alojamientos por tipologías (1950-2021)



URDAZUBI-URDAX - Evolución de número de alojamientos por tipologías (1950-2021)



ZUGARRAMURDI- Evolución de número de alojamientos por tipologías (1950-2021)



Gráficos 2-7: evolución de número de alojamientos UGET por comarca / Fuente: Servicio de Planificación e Innovación de Navarra

- Situación actual (año 2021) de los alojamientos en la UGET- Baztan Bidasoa

Número de alojamientos por comarcas

Tal y como se ha señalado en el anterior apartado, a día de hoy, existen un total de 412 alojamientos en la UGET-Baztan Bidasoa. Si analizamos el número de alojamientos actuales por cada territorio, **Baztan es con diferencia el valle con más alojamientos**. Casi el 47% de todos los alojamientos se sitúan en esta comarca, por detrás se sitúan Bortziriak (25%) y Malerreka (18%), y con un menor número de alojamientos se encuentran Urdax/Urdazubi (5,4%), Zugarramurdi (3,4%) y Bertizarana (2,2%) respectivamente.

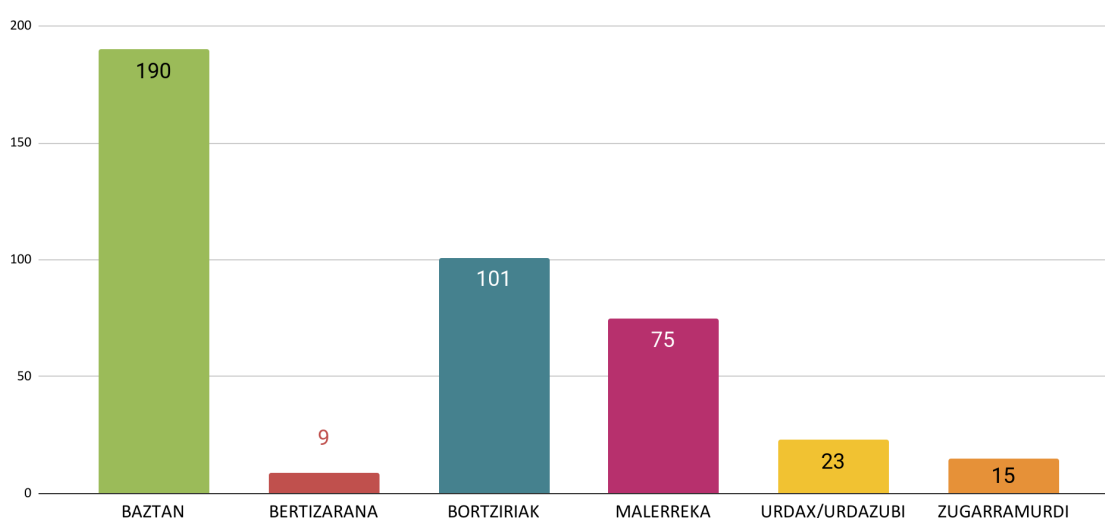


Gráfico 8: Número de alojamientos turísticos en la UGET por comarcas-2021. Fuente: Registro de Turismo de Navarra

En este contexto, es importante resaltar el papel tanto de **Elizondo** (Baztan) como de **Etxalar** (Malerreka) -ver el siguiente gráfico-. La centralidad de estas dos localidades, tal como podremos ver en el apartado de productos turísticos, han supuesto un punto de referencia para la oferta turística que se está desarrollando en torno a ellas, repercutiendo a su vez tanto en la oferta de servicios como en la evolución de la actividad turística.

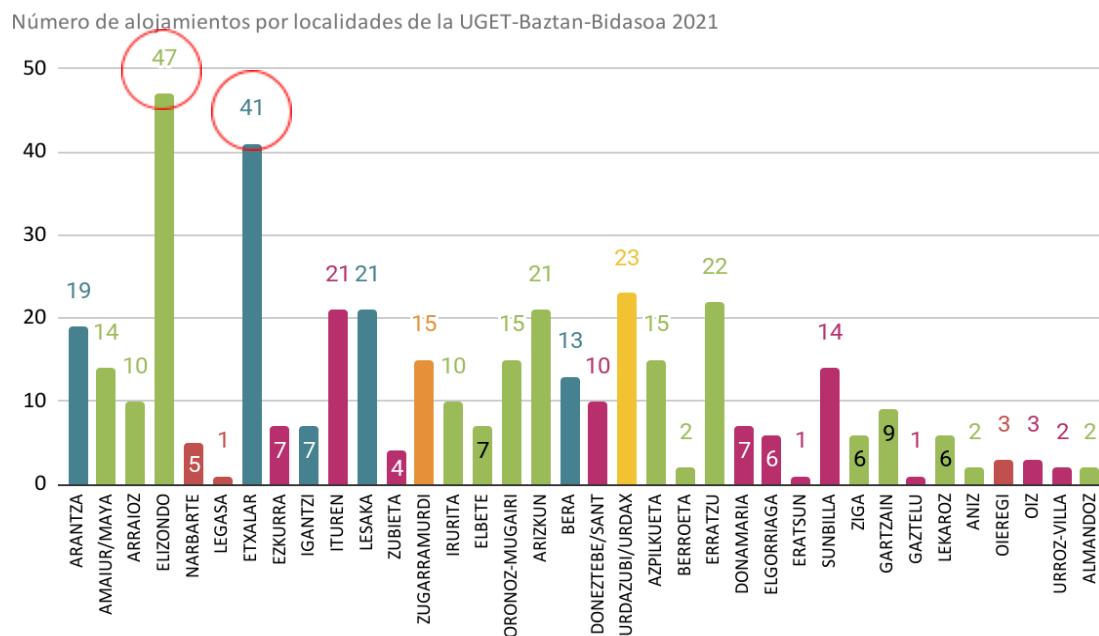


Gráfico 9: UGET Baztan - Bidasoa número de alojamientos por localidades en 2021. Fuente: Registro oficial de turismo de Navarra

En términos de sostenibilidad, cabe destacar el número de alojamientos disponibles en Etxalar, que siendo una localidad de 805 habitantes, dispone de 41 alojamientos los cuales suman un total de 373 plazas alojativas (2,2 plazas por habitante). Y junto con Etxalar, localidades tan pequeñas como Erratzu, Urdax, Ituren, Lesaka y Arizkun, duplican la cantidad de alojamientos respecto al resto de localidades de la UGET.

A la posible presión generada por la cantidad de alojamientos en los municipios mencionados, hay que sumar el hecho de que son localidades o puntos clave en el recorrido de los/las turistas dentro de la UGET. Por lo que, además de la afluencia de los turistas que pernoctan en las mismas, hay que tener en cuenta la afluencia total de visitantes y el movimiento de vehículos en estas zonas.

Tipología de alojamientos

En cuanto a la tipología de alojamientos dentro de la UGET, destaca la oferta de las casas rurales. En base a las características arquitectónicas del parque de viviendas en todos los valles, los caseríos han tenido una gran presencia en todo el entorno rural y con el inicio del desarrollo del turismo, muchos de los/las habitantes vieron una oportunidad con el turismo como actividad complementaria a su oficio. Es por ello que la posibilidad de alquilar las casas rurales en su totalidad y por habitaciones se presenta como oferta principal desde la década de los 90.

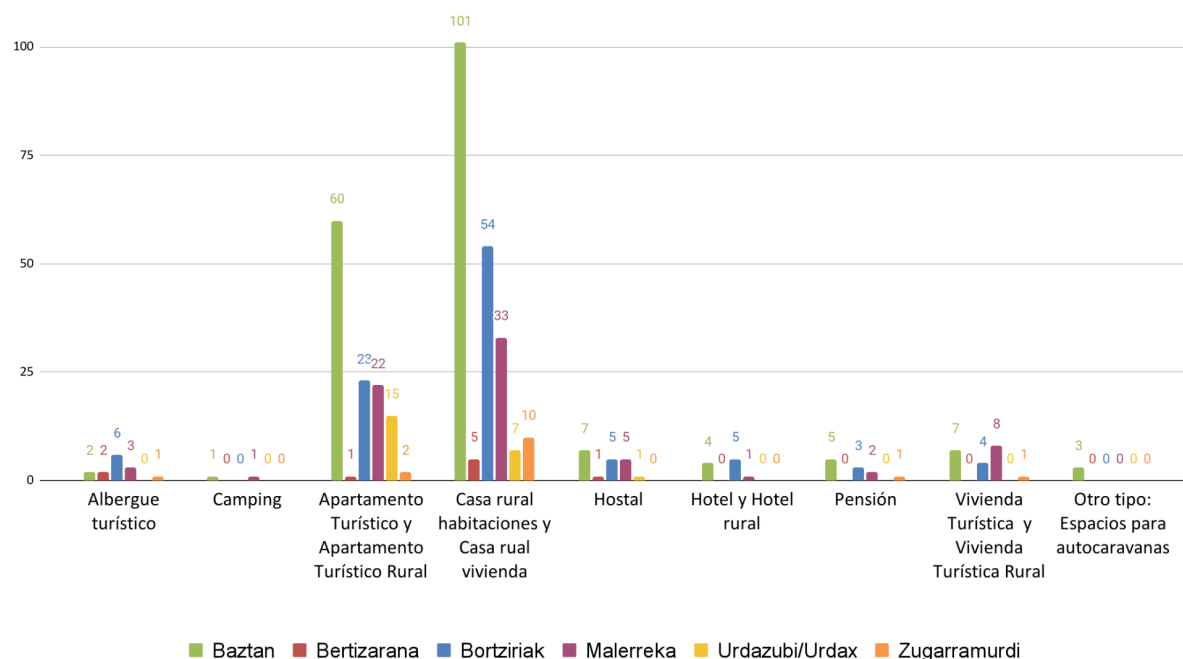


Gráfico 10 : UGET Baztan - Bidasoa por tipología de alojamientos en 2021 .Fuente: Registro oficial de turismo de Navarra

Reflejo de ello, es la información que se recoge en las encuestas realizadas en el estudio “Ostatu turistiko en azterketa Baztanen” (2020, Bizibiziki), referente al origen y la propiedad de los alojamientos. En el se ve por un lado, que para el 62% de ellos la actividad turística no es su principal fuente de ingreso, y que en la mayoría de los casos ha sido una actividad puesta en marcha y gestionado directamente por el/la propietario/a actual (y no ha sido por un traslado de negocio familiar). Y por otro lado, en cuanto a la residencia de los/las propietarios/as, la mayoría de ellos/as son propietarios/as que viven en el propio Baztan.

El valle de Baztan es el que ha contado y cuenta a día de hoy con un mayor número de alojamientos de esta tipología respecto a los demás valles y comarcas. Y es significativo, tal y como se puede observar en la siguiente tabla, el porcentaje de casas rurales respecto a otras tipologías en cada uno de los territorios.

UGET- Baztan Bidasoa	Total alojamientos	n° casas rurales 2021*	% casas rurales del total de alojamientos
Baztan	190	101	51%
Bortziriak	100	54	54%
Malerreka	75	33	44%
Bertizarana	9	5	55%
Urdax/Urdazubi	23	7	27%
Zugarramurdi	15	10	71%
TOTAL	412	210	%51

Tabla 4: Número de alojamientos por comarca de la UGET y porcentaje de casas rurales ./Fuente: Registro oficial de turismo de Navarra

**Agroturismos: dentro de la clasificación de casas rurales, 12 de las 209 casas rurales se identifican a su vez como agroturismos. Según el Decreto Foral 44/2014, las casas rurales que siguieran desarrollando actividades agropecuarias en las que puedan participar sus clientes, podrían mantener dicho término. A partir de la aplicación de dicho decreto, no se haría distinción ni se tendría en cuenta la modalidad de Agroturismo como alojamiento en la comunidad Foral de Navarra.*

Otra de las tipologías con más presencia en la zona, son los apartamentos turísticos y apartamentos turísticos rurales, que desde el año 2000 la presencia de estos en todas las comarcas ha sido significativa, ocupando el segundo lugar por tipología. Dentro de esta tipología de apartamentos turísticos, el 71% de los apartamentos turísticos son rurales y el 29% restante no lo son.

Tal y como hemos analizado en el apartado de la evolución del sector de los alojamiento, el número de plazas alojativas disponibles en el territorio es un indicador turístico importante. En el caso de la UGET, a día de hoy dispone de 5.002 plazas, y tal y como ocurre con el número de alojamientos, Baztan es el valle con un mayor número de camas, 2.189 plazas (el 43,7% de las plazas totales de la UGET), a continuación se encuentran Bortziriak con 1.204 plazas (el 24% de las plazas totales) y Malerreka con 1.158 plazas (el 23% de las plazas totales).

“ Las casas rurales de la UGET suponen el 27% del conjunto de casas rurales de Navarra, reforzando así su posicionamiento como destino turístico rural.

”

Número de plazas alojativas por valle/comarca 2021

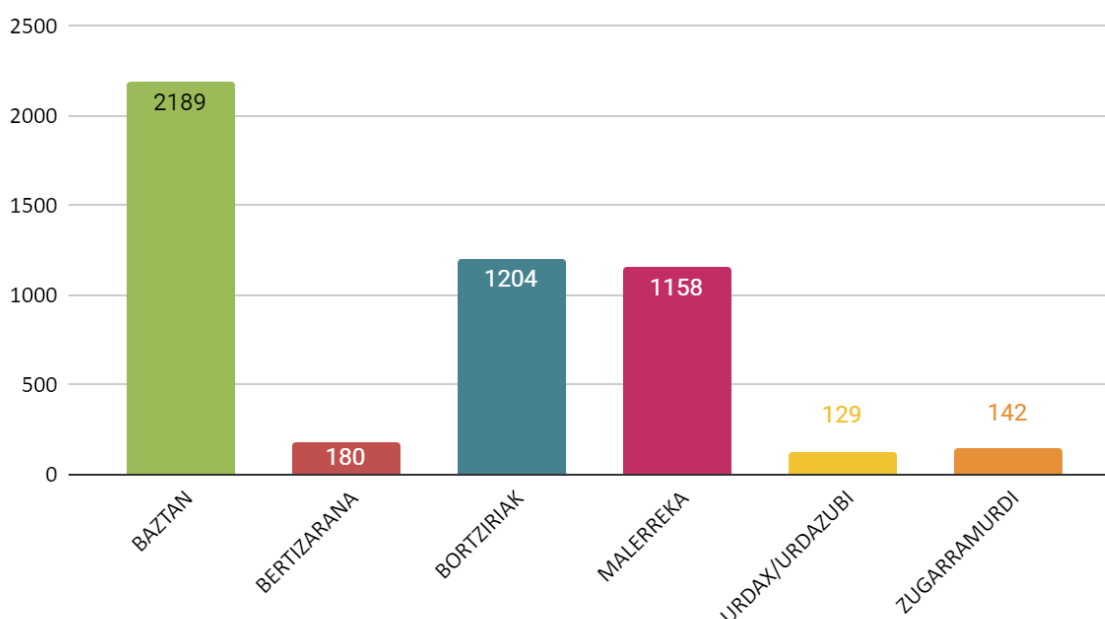


Gráfico 11: Número de camas por comarca de la UGET en 2021. Fuente: Registro oficial de turismo de Navarra

Analizando el número de camas alojativas por tipología de alojamiento, las casas rurales albergan casi el 30% de la capacidad alojativa de toda la UGET-Baztan Bidasoa. En los valles de Baztan y Bortziriak las casas rurales por habitaciones y viviendas completas son las que mayor capacidad alojativa tienen. En las comarcas de Bertizarana y Zugarramurdi, el albergue supone una tipología importante en términos de número de camas en el valle, como sucede de la misma manera en Malerreka con el Camping. Respecto a Urdax/Urdazubi, son los apartamentos turísticos los que más camas disponibles ofrecen. Este tipo de alojamientos se han convertido en uno de los tipos de alojamientos más importantes en las últimas dos décadas en el territorio de la UGET- Baztan Bidasoa.

	BAZTAN	BERTIZARANA	BORTZIRIAK	MALERREKA	URDAX/ URDAZUBI	ZUGARRAMURDI	Plz.
Albergue turístico	112	128	292	81	0	72	685
Camping	500	0	0	464	0	0	964
Apartamento Turístico Y Apartamento Turístico Rural	282	2	183	88	79	11	645
Casa rural habitaciones + Casa rural vivienda	789	32	389	225	30	51	1516
Hostal	124	18	218	74	20	0	454
Hotel Y Hotel rural	268	0	59	135	0	0	462
Pensión	57	0	37	16	0	2	112

Vivienda Turística Y Vivienda Turística Rural	54	0	25	75	0	6	160
Otro tipo: Espacios para autocaravanas	3	0	1	0	0	0	4
Total	2189	180	1204	1158	129	142	5002

Tabla 5: Número de plazas por tipología de alojamientos y por comarca de la UGET /Fuente: Registro oficial de turismo de Navarra

También hay que destacar, las plazas alojativas que ofrecen los dos campings existentes en este territorio. Entre los dos, uno situado en la localidad de Erratzu (Baztan, desde 1995) y el otro en Sunbilla (Malerreka, desde 1995), ofrecen el 19% de las plazas, 964 plazas en total. Y hay que tener en cuenta la apertura de un nuevo camping a corto plazo en la localidad de Arizkun, que prevé sumar plazas paulatinamente hasta las 500 plazas.

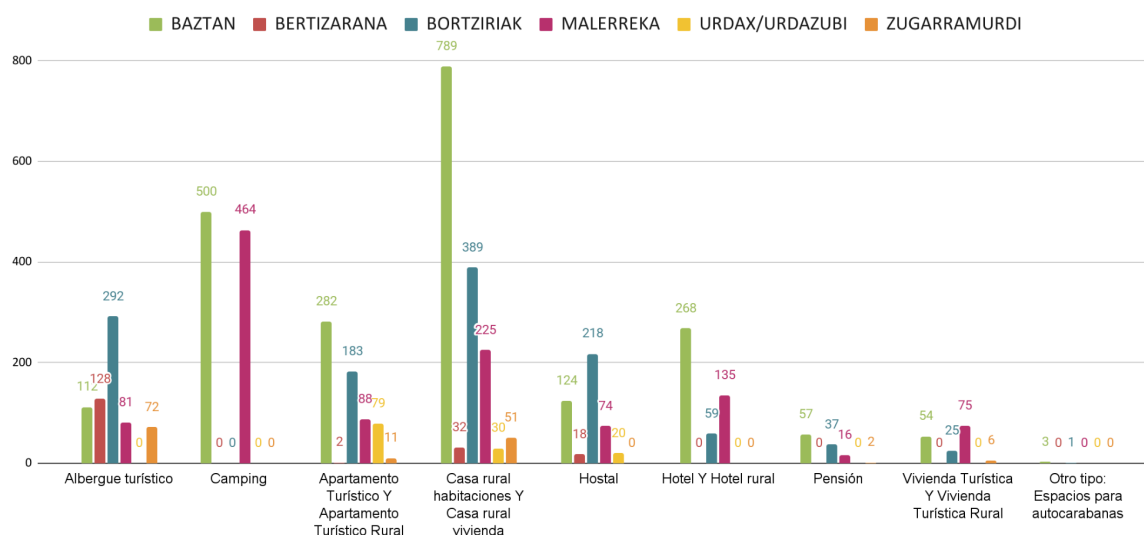


Gráfico 12: Número de plazas por tipología y por comarca de la UGET /Fuente: Registro oficial de turismo de Navarra

Si analizamos la tipología de alojamientos con la disponibilidad de camas en toda la UGET, las casas rurales son las que más plazas alojativas ofrecen (30,3%), seguidas por los camping (19,3%), albergue turístico (13,7%), apartamento turístico (12,9%), hoteles (9,2%) hostales (9,1%), vivienda turística (3,2%) y pensiones (2,2%).

% de número de plazas alojativas por tipo de alojamiento en la UGET

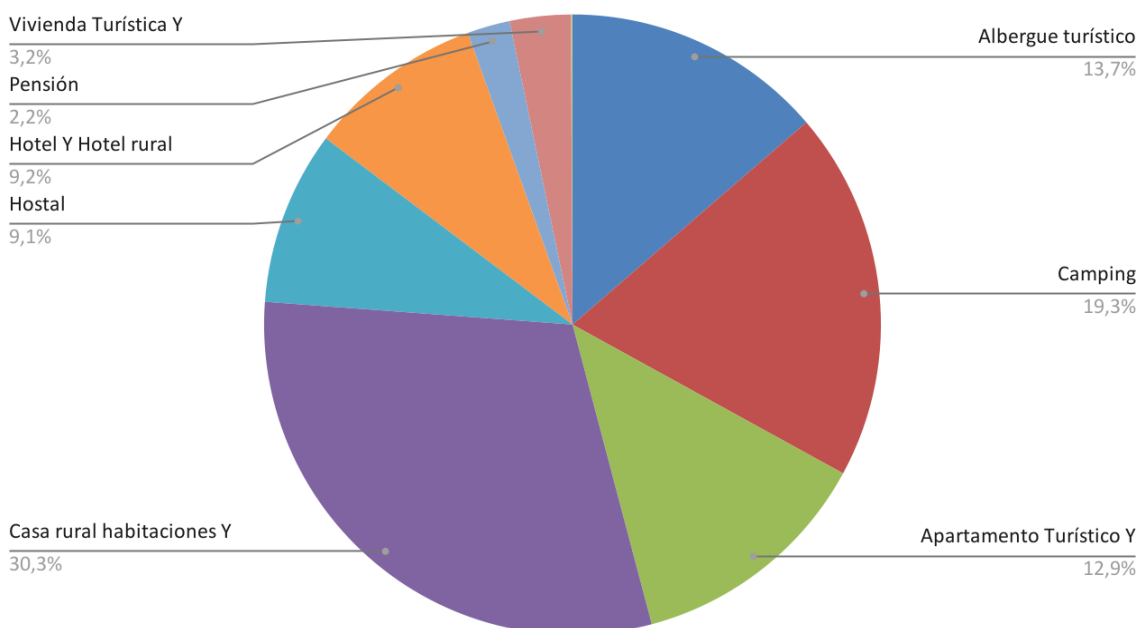


Gráfico 13: Número de plazas por tipología de alojamiento UGET /Fuente: Registro oficial de turismo de Navarra

Además de los alojamientos del registro oficial de turismo del Gobierno de Navarra, a continuación se incluyen alojamientos vacacionales identificados en plataformas digitales basadas en una filosofía de intercambio de casas (donde no existe un intercambio económico). Plataformas como Homeexchange.com.

NOMBRE	Plazas	Residencia	LOCALIDAD
Casa de Luisa	3	Secundaria	Amaiur
La casa de Cristina	7	Secundaria	Arizkun
Casa de Marcos	9	Principal	Bera
Casa de Maite	4	Principal	Bertizarana
La casa de Maribel	9	Secundaria	Bertizarana
Casa de Oscar	5	Secundaria	Elizondo
Casa de Betty	5	Principal	Elizondo
Casa de Txomin y Katrin	4	Secundaria	Elizondo
Casa de Iosune	5	Principal	Elizondo
Maite Baztan, Basque Country	7	Principal	Elizondo
Casa de Izaskun	3	Principal	Elizondo
Casa de Sofía	14	Principal	Elizondo
La casa de Felix	8	Secundaria	Elizondo
Casa de Miren y Paxku	5	Principal	Etxalar
Casa de Beñat	4	Secundaria	Etxalar
Casa de Katrin	10	Secundaria	Etxalar
Casa de Garbiñe	7	Principal	Ituren

La casa de Miren eta Xabi	13	Principal	Ituren
Casa de Iñigo	5	Principal	Narbarte
Apartamento en Oronoz, Baztan-Bertizarana	6	Secundaria	Oronoz
Casa de J&J	5	Principal	Santesteban
Casa de Roberto	6	Secundaria	Santesteban
Casa de Ana y Cecilio	6	Secundaria	Urdax

Tabla 6: Alojamientos identificados en Homexchange, plataforma de intercambio de vivienda. /Fuente: elaboración propia

- Negocios de alojamientos sin registro identificados

En este apartado se han identificado viviendas de uso turístico que aparecen en diferentes plataformas de alquiler vacacional (Airbnb, Hometogo, Homeaway...) pero no se ha localizado su número de registro. Son 9 viviendas y tienen las siguientes características:

NOMBRE	ENLACE	LOCALIDAD
Habitación privada en: piso. Anfitrión: Maria Iciar: Habitación+opción guía y sesión terapéutico	https://www.airbnb.es/rooms/41105577?adults=1&location=Bidasoa&federated_search_id=e79ac869-0bb9-4415-83bf-3023c003d4cd&source_impression_id=p3_1639743700_qdVpcN90teAH%2BwV9	<u>Elizondo</u>
Alojamiento íntegro: casa rural. Anfitrión: Luis:	https://www.airbnb.es/rooms/47781135?adults=1&location=Bidasoa&federated_search_id=0157e884-2066-4b11-9b50-c298b03a020d&source_impression_id=p3_1639743743_pEvkFA89fbpCQpb6	<u>Arraioz</u>
Alojamiento entero: piso. Anfitrión: Andion.	https://www.airbnb.es/rooms/11027982?adults=1&location=Bidasoa&federated_search_id=c55d5ddd-41ec-4b0f-8122-753751ce3638&source_impression_id=p3_1639743783_LqORoptTdelPRrke	<u>Berroeta</u>
Alojamiento entero: apartamento en complejo residencial. Anfitrión: Marla Jose	https://www.airbnb.es/rooms/32518982?adults=1&location=Bidasoa&federated_search_id=c55d5ddd-41ec-4b0f-8122-753751ce3638&source_impression_id=p3_1639744592_1nm%2BVdJmZGNvN2T	<u>Oronoz</u>
Habitación privada en: casa rural. Anfitrión: Idoia	https://www.airbnb.es/rooms/33698751?adults=1&location=Bidasoa&federated_search_id=89daec15-6df2-4c50-9ea6-19fb3d8ea2c3&source_impression_id=p3_1639743	<u>Erratzu</u>
Apartamento con balcón (2) Alojamiento entero: piso. Anfitrión: Gema	https://www.airbnb.es/rooms/24331684?adults=1&location=Bidasoa&federated_search_id=45c0e2c4-2fa5-4960-b29a-ff0e17372ebd&source_impression_id=p3_1639743493_9Yyh5GI6%2BhB5Xrkn	<u>Urdax</u>

Auténtica casa vasca con una ubicación ideal	https://www.airbnb.es/rooms/24256731?adults=1&location=Bidasoa&federated_search_id=45c0e2c4-2fa5-4960-b29a-ff0e17372ebd&source_impression_id=p3_1639743560_a%2F%2BMsh8QwQjYxN%2Fm&translate_ugc=true&guests=1	Zugarramurdi
Tranquilidad en entorno natural Alojamiento entero: adosado. Anfitrión: Beñat	https://www.airbnb.es/rooms/51548963?adults=1&location=Bidasoa&federated_search_id=60af55ce-c2ff-4331-86d2-d248500319f2&source_impression_id=p3_1639996415_LH%2BD7cKrcYqTgKJ	Etxalar
Alojamiento entero: piso. Anfitrión: Idoia	https://www.airbnb.es/rooms/696192?adults=1&location=Bidasoa&federated_search_id=493c9053-51fd-48f8-8fb8-4e72d8197e6d&source_impression_id=p3_1639996475_lmJPmCFuqgjsEgUx	Bera

Tabla 7: Alojamientos sin número de registro identificados en plataformas de alquiler vacacional /Fuente: elaboración propia

- [Nuevos negocios de alojamientos en UGET-Baztan Bidasoa](#)

En los próximos años, se prevé la apertura de nuevos establecimientos como el del Camping de Arizkun que se pondrá en marcha próximamente, con el cual, el número de plazas en Baztan se verá afectado significativamente. Por otra parte, se han solicitado permisos para la apertura de un nuevo establecimientos alojativos como un hotel de 52 plazas y diversos alojamientos singulares; casas en los árboles, casas de cristal, según se ha señalado desde el ayuntamiento de Baztan.

- Empresas de servicios turísticos -

Se identifican las empresas turísticas como otro de los agentes clave para el desarrollo turístico del destino y es necesario conocer e identificar áreas de influencia en las que trabajan para comprender la realidad turística actual.

Para ello, en este análisis se han analizado, los datos del Registro de Turismo del Gobierno de Navarra, identificando las empresas cuya actividad principal es la oferta de servicios de turismo activo o servicios de turismo cultural.

- La evolución de las empresas de turismo en la UGET-Baztan Bidasoa

El 2006 es el año en el que se identifica el primer registro de empresas turísticas en la UGET-Baztan Bidasoa. A medida que el turismo ha aumentado en el territorio, este sector se ha visto reforzado y empresas relacionadas con el turismo también han ido en aumento.

Evolución de empresas turísticas UGET-Baztan-Bidasoa 2005-2021

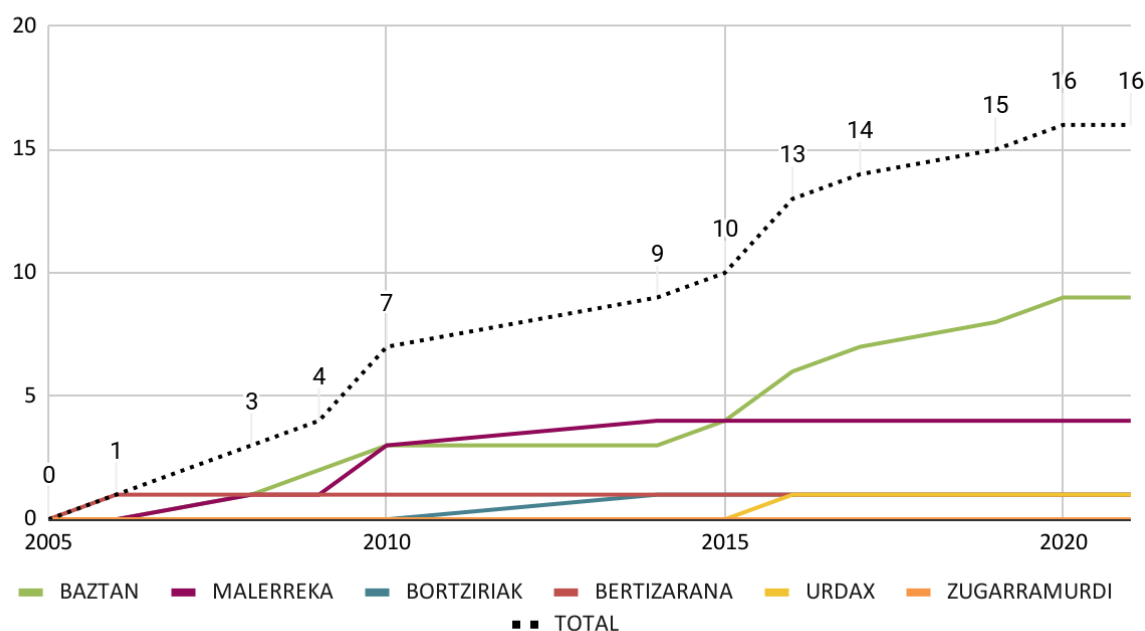


Gráfico 14: Empresas turísticas dadas de alta en UGET 2021/ Fuente: Registro oficial de Gobierno de Navarra

Si bien no se puede establecer el vínculo directo entre el alojamiento turístico y las empresas turísticas, podemos decir que la actividad turística ha abierto nuevas oportunidades y el alojamiento turístico es un aliado directo de las empresas de actividad turística. En este contexto, el desarrollo de líneas de trabajo con visión de futuro será importante para complementar la oferta conjunta de servicios y promover la colaboración entre los agentes turísticos públicos y privados.

- La realidad actual de las empresas turísticas en la UGET-Baztan Bidasoa 2021

Para el análisis del presente apartado se han tomado en cuenta los registros oficiales del gobierno de Navarra en materia de empresas turística y otra tipología de empresas que aunque no se encuentren en dicho registro ofrecen diferentes actividades vinculadas a la realidad turística. En este último apartado, se han identificado sobre todo alojamientos que incorporan servicios turísticos.

- Empresas turísticas registradas en el Registro Oficial de Turismo de Navarra:

Se presentan las 16 empresas turísticas registradas en la UGET-Baztan Bidasoa:

EMPRESA TURÍSTICA	LOCALIDAD	SERVICIO/ ACTIVIDAD
HÍPICA ORDOKI	Arizkun (2008)	Turismo deportivo y de aventura.
ETXAIDKO ERROTA - MOLINO DE ETXAIDE	Elizondo (2009)	Visitas culturales temáticas.
NAVARRA AL NATURAL	Elizondo (2010)	Fotografía, rutas 4X4, rutas por Navarra, senderismo, visitas al patrimonio natural. Actividades deportivas y culturales.
BAZTAN TOURS	Elizondo (2015)	Ofrece itinerarios organizados: visitas "ruta estrella" y "ruta mágica" a Xorroxin. Entre las rutas tranquilas, también se ofrece la ruta a Xorroxin. Visitas guiadas: patrimonio natural y cultural. Visita a pueblos históricos.
TRILOGIA DE BAZTAN - VISITAS GUIADAS II	Elizondo (2016)	Visitas guiadas Trilogía del Baztan.
BAZTANTREK	Erratzu	Se ofrecen diferentes servicios: - Rutas de 2/3 horas - Bicicleta de montaña: a las montañas de Baztan y los Pirineos. - Diferentes cursos: seguridad, cohetes, orientación, escalada Escalada, Montañismo, Senderismo
JAUREGIARTE	Irurita (2017)	Visitas guiadas: casa torre Donamaria, escenarios del libro de la trilogía Baztan, Lesaka y Elizondo (además de Arizkun, Irurita, Etxalar y Bera).
ALDEKO TOUR	Ziga (2019)	Rutas 4x4, actividades deportivas y culturales, actividades de ocio.
BKZ Navarra Aventura	Narbarte (2006)	Actividades de turismo activo: Arborismo, Cañón aquapark natural, Canoraft, Descenso de cañones,

		Escalada, Hidrospeed, Paintball, Piragüismo / Kayak, Rafting, Salto del péndulo, Tirolinas, Vía ferrata
IRRISARRI LAND	Igantzi (2014)	Actividades deportivas (turismo activo) y culturales.
NOVOTUR GUÍAS	Beintza-Labaien (2008)	Enoturismo, Fotografía, San Fermín / alquiler balcones, San Fermín / otros servicios, Visitas a patrimonio natural, Visitas a cascos históricos, Visitas a patrimonio artístico, Visitas temáticas culturales
ORBELA	Beintza-Labaien (2010)	Espeleología, Montañismo, Senderismo, Visitas a patrimonio natural
AMEZTIA BTT	Doneztebe (2010)	Alquiler de bicis
BASOJAUN	Ezkurra (2013)	Actividades gastronómicas, Cicloturismo, Senderismo, Visitas al patrimonio natural
MONASTERIO Y CLAUSTRO DE URDAX	Urdazubi (2016)	Visitas temáticas culturales
AMAIURKO ARKEOLOGIA ZENTROA-MUSEOA	Amaiur (2020)	Visitas culturales al Castillo de Amaiur y museo

Tabla 8: Empresas turísticas registradas en el Registro Oficial de Turismo de Navarra /Fuente: elaboración propia

Tipología de empresas de servicios turísticos 2021.

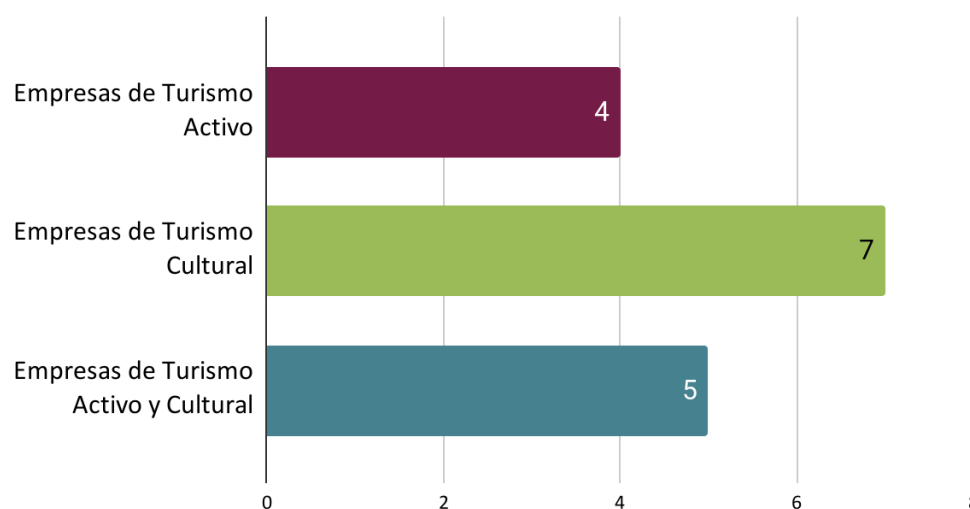


Gráfico 15: Tipología de empresas de servicios turísticos dentro de la UGET / Fuente: Registro oficial de Gobierno de Navarra

En cuanto a la tipología de empresas, la mayoría de las empresas de la UGET- Baztan Bidasoa se dedican a ofrecer servicios de turismo cultural (visitas patrimonio natural y cultural, talleres...) y servicios de turismo activo.

Aun así, en las reuniones participativas y en la labor de análisis interno realizado en el contexto del desarrollo del diagnóstico del sector, se ha identificado una oferta generalista de productos/servicios turísticos (ver apartado 2.4. *Análisis de productos turísticos*), un vacío y una falta de productos turísticos especializados y diferenciados para la demanda que existe por parte de diferentes nichos de mercado (cicloturismo, turismo arqueológico, turismo gastronómico, ecoturismo).

Se ha destacado también la diferencia de desarrollo en términos de producto que tiene Baztan con respecto al resto de valles. Por lo que, se puede decir, que es conveniente realizar un estudio para valorar las posibilidades de desarrollo de productos en otras zonas para poder dispersar la afluencia de visitantes, así como para cubrir las necesidades de diferentes nichos de mercado.

- Otras empresas que ofrecen actividades turísticas no registradas como empresas turísticas en el Registro Oficial de Navarra.

Además de las empresas del registro oficial de empresas de actividades turísticas, también podemos encontrar, el Museo Santxotena, el Palacio Aniz, Baztan Escape Room y los servicios que ofrecen los alojamientos turísticos como Amaiurko Errota o albergues en su mayoría donde también ofrecen diferentes actividades. En muchos casos, son actividades dirigidas a públicos objetivos concretos como escolares, *barnetegis* pero que pueden y juegan un papel importante como agentes turísticos en destino.

- Agencias de viaje registradas en el Registro Oficial de Turismo de Navarra:

Xaraka Natur bidaiak, se ha identificado como la única agencia de viajes receptiva en el territorio. Desde el año 2021 dispone de una oferta especializada, ofreciendo a los/las visitantes una oferta de servicios y rutas de varios días basados en el cicloturismo por la Vía verde y recorridos de BTT.

A su vez, el Hotel Rural & SPA Atxaspi, cuenta con un proyecto especializado en el turismo cinematográfico. Forman parte de la plataforma online, y colaborativa, Cinema Travel, la 1ª agencia de viajes, especialista en turismo de cine, que reúne la mejor oferta turística de cine y que apuesta por desarrollar nuevos productos, servicios y experiencias inmersivas para el turismo cinematográfico.

- Solicitud de nuevas empresas de servicios turísticos en UGET

No existe información actual sobre esta cuestión.

EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS (restauración, producto local, artesanía)

En esta categoría, incluimos a los restaurantes, productores y artesanos como agentes vinculados a los servicios especializados del destino. Aun no siendo el turista o visitante su principal cliente, ni su principal actividad el turismo, en caso de los/las productores/ras y artesanos/has, gracias al desarrollo turístico de la zona, también se han convertido en recursos de interés turístico. Algunos negocios, han podido diversificar sus servicios creando productos turísticos, ofreciendo a los visitantes y turistas que se acercan al destino, productos y servicios de calidad y con un alto valor añadido.

– Restaurantes –

Los restaurantes están incluidos como otra de las tipologías que componen la oferta de establecimientos del sector turístico en la clasificación del Observatorio de Turismo del Gobierno de Navarra. Y tal y como se ha comentado anteriormente, aunque esta actividad no está directamente enfocada al turismo, ya que los habitantes son los clientes potenciales de este tipo de negocios, el creciente desarrollo del destino turístico también ha incidido en su realidad, haciéndolos parte de la oferta de servicios turísticos de la UGET.

Al igual que ocurre con los alojamientos turísticos, el mayor número de registros se produce en la década de 1990 y se ha mantenido bastante estable en los años siguientes (esta clasificación no incluye los alojamientos turísticos que ofrecen servicios de alimentación-restauración).

UGET- Baztan-Bidasoa evolución en el registro de restaurantes 1966-2021

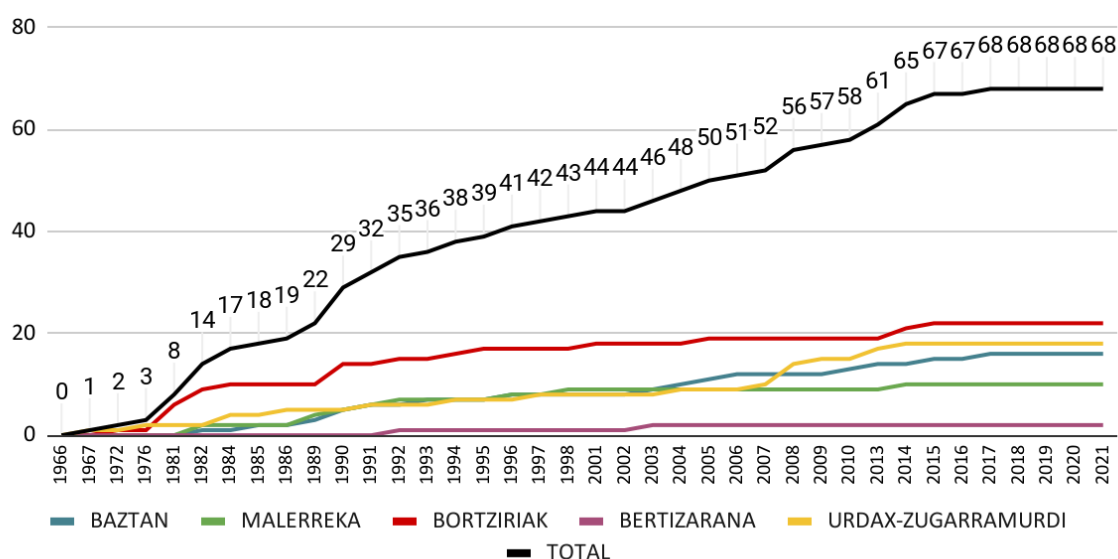


Gráfico 16: Evolución de los registros de restaurantes por comarca de la UGET./ Fuente: Registro turístico de Navarra
Elaboración propia.

En las reuniones participativas y entrevistas personales realizadas a los agentes turísticos del territorio, existe una percepción bastante generalizada sobre que hay un número limitado de restaurantes en comparación con la demanda de los/las visitantes que acoge el destino. Y además de la cantidad, también se ha identificado una carencia en cuanto a calendario y horarios de apertura, dándose el caso en algunas localidades de no disponer de oferta gastronómica en días concretos o temporadas donde sigue habiendo visitantes.

“
Existe un
desequilibrio en el
desarrollo turístico
del sector alojativo y
el de restauración
”

Existe conformidad por parte de las empresas del sector en que el turismo, es una potente herramienta de desarrollo, aun así, por parte de la mayoría de los restaurantes se encuentran dificultades a la hora de crear una nueva oferta diferenciada y diversificar sus servicios para poder cubrir nuevas necesidades que se generan con el desarrollo del turismo en la UGET-Baztan Bidasoa.

No se han conseguido los datos de las plazas disponibles en los restaurantes del territorio, por lo que se ha hecho imposible calcular el número de plazas disponibles por habitantes ni por turistas.

– Productos locales y artesanía –

Existen en el territorio empresas que por su propia personalidad y los productos que ofrecen, se han convertido en visita obligada para visitantes/turistas. Hablamos en gran parte de productores/as locales y artesanos/as, que gracias al valor añadido que ofrecen se han hecho hueco en la oferta turística de UGET-Baztan Bidasoa, generando un gran interés entre los/las visitantes y turistas que se acercan a las localidades del territorio.

“

Productores/as y artesanos/as se han hecho hueco en la realidad turística de la UGET Baztan Bidasoa.

Entre ellos se encuentran: la pastelería Arkupe, pastelería Malkorra, donde los protagonistas principales son los chocolates y dulces que elaboran.

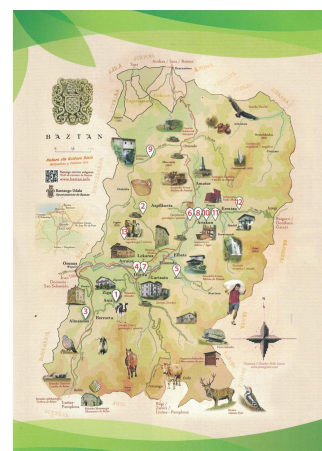
Por otro lado, se encuentran las queserías: Quesería Kortariko Gasna (Lekaroz, Baztan) y Quesería Jauregia (Aniz, Baztan). En este caso, además de la venta de producto

”

gastronómico, en estas queserías se pueden realizar visitas, donde los/las visitantes pueden conocer desde el trabajo en

el campo, su modo de vida, tradiciones y costumbres, hasta el proceso que llevan a cabo para la elaboración de sus productos y finalmente la degustación de los mismos. Hay a su vez, empresas se han encargado de dar a conocer estos productos mediante la venta de los mismos y diseñando talleres para su elaboración.

En este contexto, relacionada con la agricultura local y el mundo rural, en 2013 se puso en marcha la asociación “Baztango Zaporeak”, marca que recoge productos y productores que cumplen con los criterios específicos. Reúne a trece productores y productoras y aunque su principal objetivo es mantener con vida el entorno rural e implicar a toda la población en el sector de la agricultura, se identifica como un agente que puede fortalecer el destino.



2.1.2.2. Análisis de entes gestores y gestores especializados en destino (análisis de la gobernanza turística).

La Gobernanza Turística es un concepto establecido dentro de la gestión de destinos turísticos. Un concepto complejo que refleja una serie de relaciones entre los actores implicados en la gestión. En este sentido, es necesario que un destino facilite un marco de negociación, discusión y cooperación para los objetivos establecidos como destino.

Como parte de la complejidad señalada, la UGET ha contado con diferentes estrategias de gobernanza siempre desde las instituciones competentes como garantes y dinamizadoras de la actividad turística, locales y aisladas hasta el momento y con poca y ninguna participación ciudadana.

El objetivo de este apartado no es en ningún caso realizar una propuesta de gobernanza sino clasificar, identificar y analizar los agentes identificados con anterioridad en el apartado 2.1.2. *Análisis de los actores turísticos encargados de la oferta de servicios* como **ente gestor** o **gestores especializados en destino** utilizando diferentes indicadores y agentes estratégicos que en la actualidad son parte de la gobernanza del destino turístico.

Como indicadores de análisis de señalan los siguientes:

- A. Relaciones entre entidades gestoras:** El análisis nos permite estructurar, conocer y entender las relaciones entre diferentes agentes que tienen el papel de gobernar en la UGET en el contexto turístico.
- B. Modelos de gestión interna:** Se han identificado diferentes estructuras internas que son interesantes conocer para poder evaluar las fortalezas y las debilidades, así como para determinar las posibilidades de modelos futuros. En este sentido, se analizan los foros y órganos de gobierno, además de incluir el papel de las oficinas de turismo como estructuras de un modelo de gestión propio de Navarra.
- C. Personal dedicado al turismo:** Se pretende conocer los recursos humanos con los que cuenta , una cuestión clave para dimensionar las posibilidades de ejecución del plan de acción y por tanto de los retos a abordar como destino.

- D. Funciones y competencias:** Responde a la dimensión del “¿qué?” dentro de la realidad de gobernanza turística, una cuestión clave para entender las áreas de actuación y de planificación de la misma.
- E. Presupuesto dedicado al turismo:** Como el apartado de funciones y competencias, se identifica como elemento determinante para entender las modalidades de participación en el proceso de decisiones.

A. Relaciones entre entidades gestoras:

Con el propósito de entender de manera general las relaciones y conexiones que se establecen entre los entes gestores del destino turístico se ha elaborado una gráfica (ver página siguiente). En ella se han identificado en el centro y de color verde las entidades sobre las que recae la gobernanza turística dentro de la UGET:

- Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo, Gobierno de Navarra.
- Uraren Bailarak (Cederna Garalur).
- Zugarramurdiko Garapena S.L.
- Ayuntamiento de Urdazubi-Urdax.

Las tres entidades territoriales establecen canales de trabajo y coordinación directos con el Gobierno de Navarra, sin embargo, no tienen apenas relación entre ellas. Son entidades que operan de manera autónoma por lo general, sin una visión estratégica de conjunto como destino. No existe, en la actualidad, un ente gestor que unifique todo el territorio.

Cabe destacar que, existe un foro común de trabajo y promoción turística en el caso de Zugarramurdi y Urdazubi-Urdax en el contexto de la marca Territorio Xareta (junto con los ayuntamientos franceses de Sara y Ainhoa). No obstante, esta relación se limita fundamentalmente a cuestiones de dinamización y promoción del valle Xareta y no tanto a la gestión y planificación turística.

Las relaciones del Gobierno de Navarra con los municipios y ayuntamientos se establecen de manera muy puntual, ya que se limita a la coordinación con Uraren Bailarak. Únicamente en los casos en los que se atiende a un problema o cuestión concreta ligado a un ayuntamiento se establece una dinámica de trabajo entre el Gobierno de Navarra y éstos (es el caso del Ayuntamiento de Baztan, o las entidades municipales de Amaiur o Erratzu, relativo a cuestiones de manejo de problemas de masificación).

En el caso de Uraren Bailarak (Cederna-Garalur), teniendo en cuenta la dimensión territorial que abarca (integra a 18 ayuntamientos de Malerreka, Bortziriak y Baztan), posee una dinámica anual constante de comunicación con los ayuntamientos.

La población local, por su parte, queda fuera de las relaciones y dinámicas de planificación y gestión turística. Exceptuando momentos concretos de consulta o participación dirigidos a alguna cuestión del ámbito turístico, no representa un actor integrado en la realidad turística.

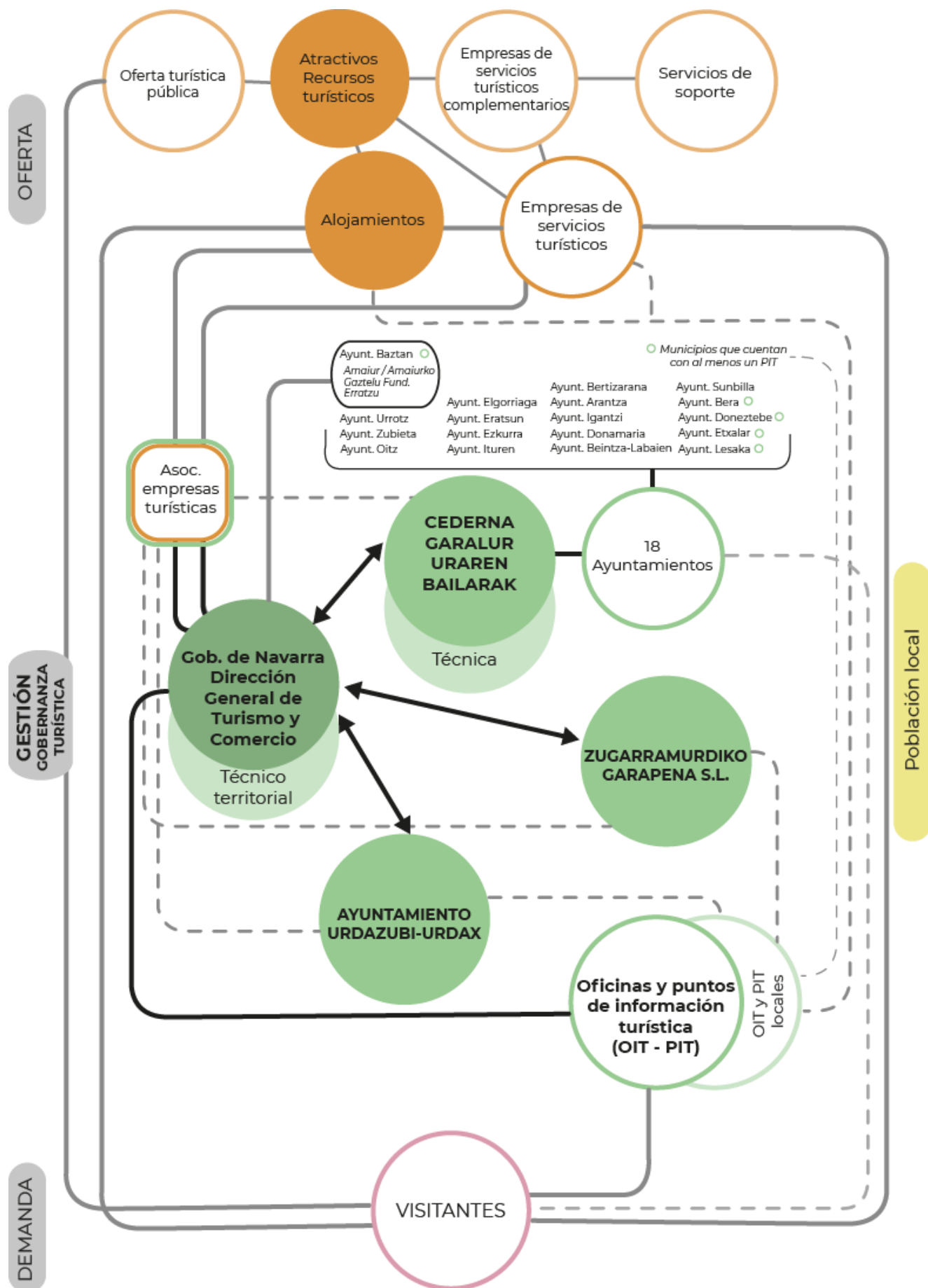
El contacto directo entre los visitantes y las entidades gestoras se establece a través de las Oficinas de Turismo. Por lo tanto, se considera que las OIT y PIT que se coordinan dentro de la UGET son activos importantes dentro de la gestión y la estructuración de la relación con la demanda turística.

Ver siguiente página.

Mapa conceptual 2: Relaciones entre entes gestores y otros actores turísticos UGET- Baztan Bidasoa. Elaboración propia.

Leyenda-significado de las líneas:

- Línea continua: Relación permanente/continúa/estable.
- Línea discontinua: Relación intermitente/puntual a lo largo del año o solo en determinadas circunstancias.



B. Modelo de gestión interna:

Se han analizado las principales estructuras organizativas y su modelo de gestión interna. Además, en cada una de las entidades gestoras turísticas del destino se han incluido aquellos agentes gestores especializados en destino (museos y centros de interpretación) y, en este caso, se han analizado por separado las oficinas de turismo, que por la situación actual poseen un mayor nivel de desarrollo y de representatividad en el contexto de la gobernanza turística del destino .

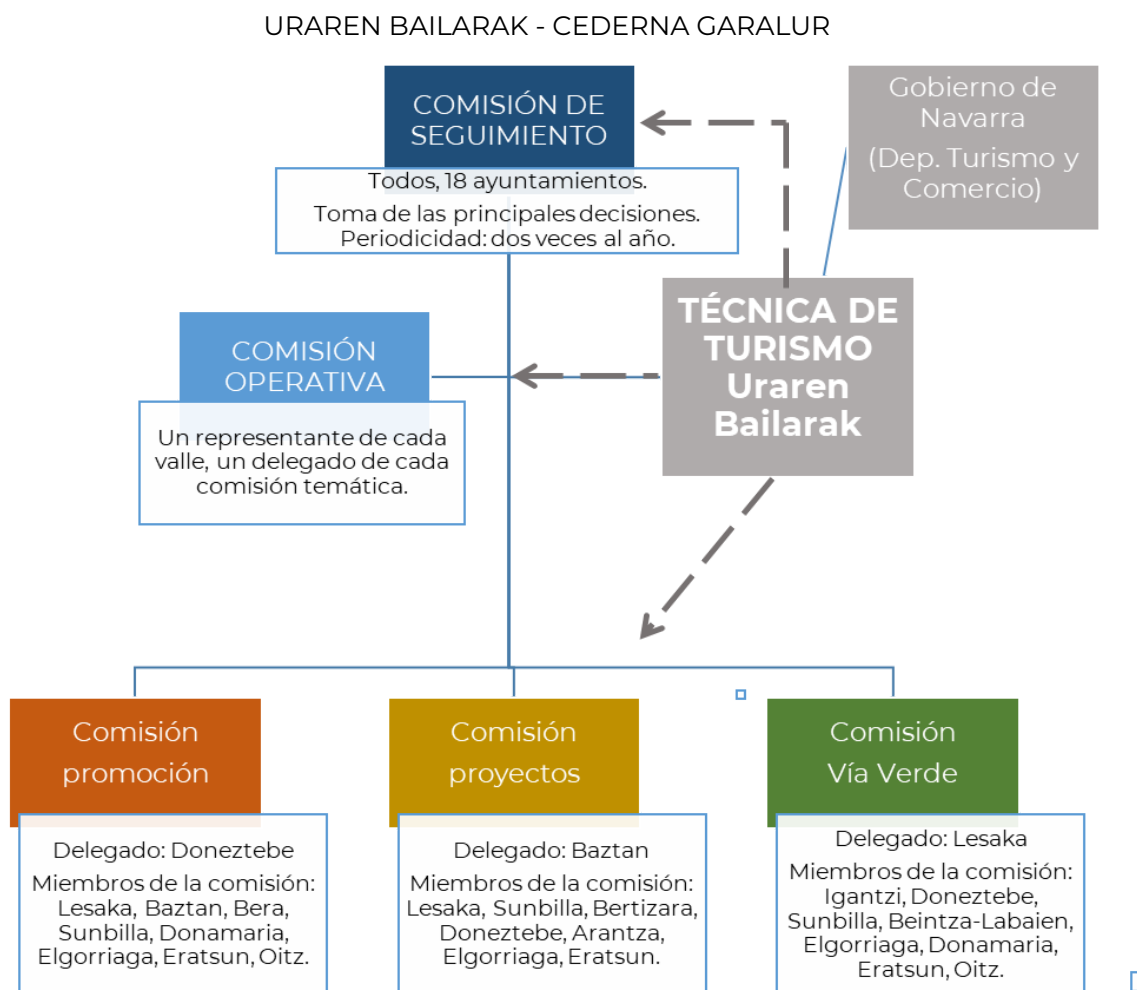
1. Cederna Garalur - Uraren Bailarak

A continuación se presenta la estructura organizativa y de toma de decisiones de la Asociación.



Imagen: Esquema de la estructura organizativa general de Cederna-Garalur.

En cuanto a la marca turística **Uraren Bailarak**, formada por 18 ayuntamientos y coordinados por la técnico de turismo, las diferentes áreas de trabajo y decisión se distribuyen de la siguiente manera:

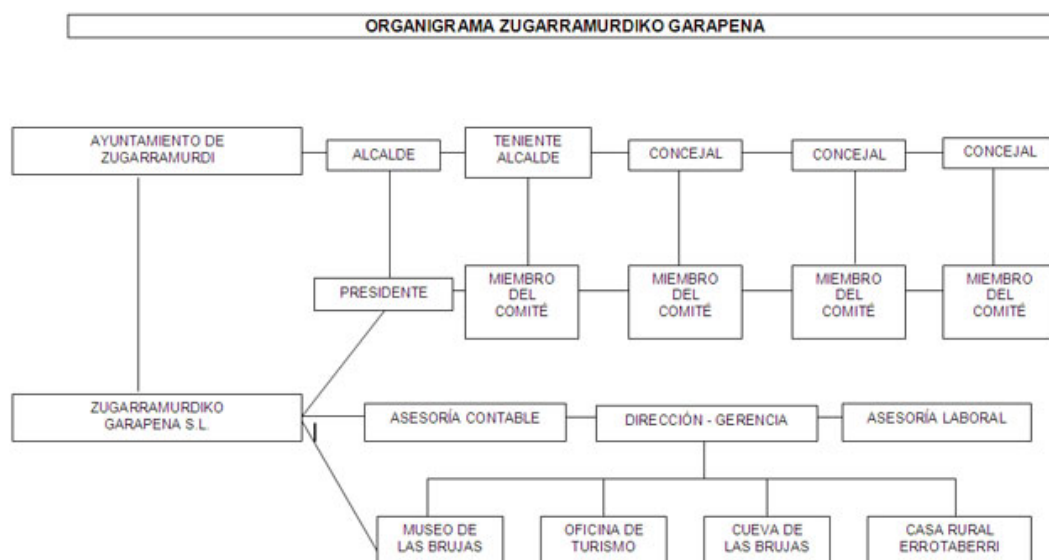


Mapa conceptual 3: Estructura organizativa de Uraren Bailarak-Cederna Garalur. Elaboración propia.

2. Ayuntamiento de Zugarramurdi

En la actualidad la gestión turística y cultural de Zugarramurdi se canaliza a través de una sociedad mercantil de capital público denominada Zugarramurdiko Garapena. Si bien su constitución es pública, no se descarta la posibilidad de abrirse a la implicación del sector privado.

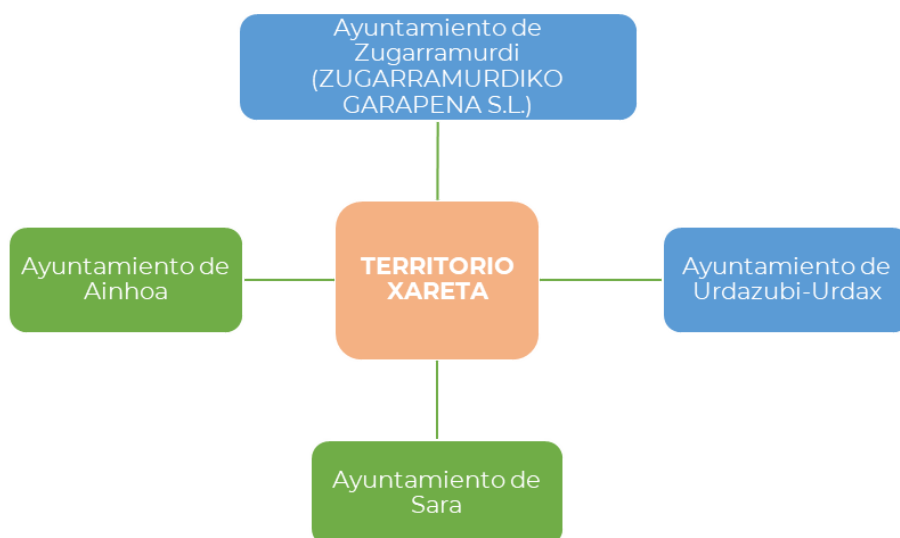
En cuanto al organigrama de la sociedad, se establecen los siguientes puestos y relaciones.



Mapa conceptual 4: Estructura organizativa de Zugarramurdi Garapena. Elaboración propia. Fuente: Zugarramurdi Garapena S.L.

★ **Museo de las Brujas.** Se trata de un equipamiento directamente gestionado por Zugarramurdi Garapena S.L., y donde se encuentra la Oficina de Turismo. Por lo tanto, en este caso el museo-oficina de turismo se identifica como un único agente gestor especializado.

El Ayuntamiento de Zugarramurdi, junto a otras tres localidades, conforman la agrupación que promociona la marca turística **Territorio Xareta**. El valle de Xareta lo conforman cuatro municipios situados a ambos lados de la frontera: Zugarramurdi y Urdazubi-Urdax en Navarra, Sara y Ainhoa en Lapurdi. Por lo tanto, dentro de la configuración del esquema de gobernanza, es preciso incluir este foro de gestión y colaboración turística.

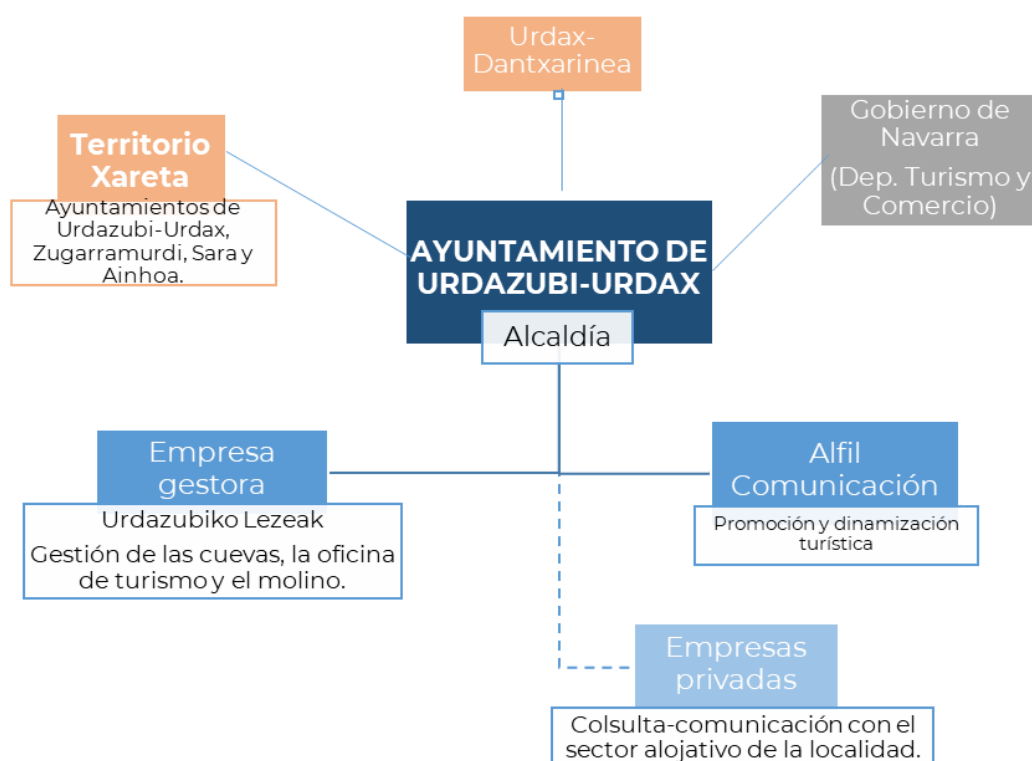


Mapa conceptual 5: Estructura organizativa de la marca turística Territorio Xareta. Elaboración propia.

3. Ayuntamiento de Urdazubi-Urdax

El ayuntamiento de Urdazubi-Urdax, cuenta en la actualidad con diferentes estructuras turísticas. En todos los casos se gestionan desde alcaldía y cuenta con organismos de gestión dependientes del Ayuntamiento (en la actualidad no existe licitación vigente).

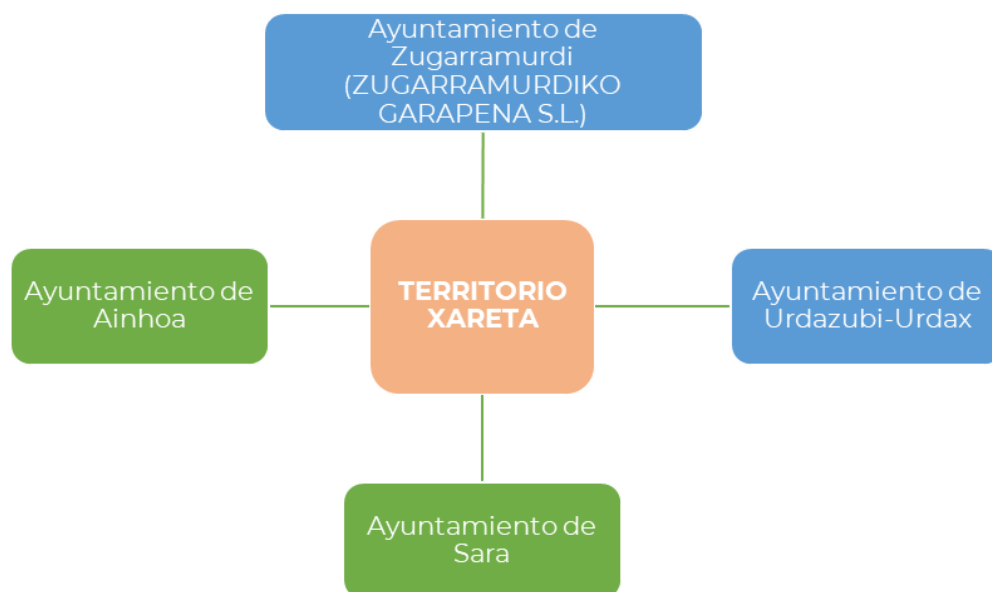
La Asociación de Amigos del Camino de Santiago de Urdazubi-Urdax se ocupa de manera acordada con el ayuntamiento, del Museo de Ornamentos Litúrgicos.



Mapa conceptual 6: Estructura organizativa del Ayuntamiento de Urdax-Urdazubi. Elaboración propia.

- ★ **Museo de Ornamentos Litúrgicos.** Se encuentra en las mismas dependencias del antiguo monasterio así como la exposición permanente 50 años de Pintura Vasca. Actualmente es, junto a las cuevas, uno de los puntos de referencia de acogida de los visitantes en la localidad.

Al igual que en el caso del Ayuntamiento de Zugarramurdi, el consistorio de Urdax es parte de la marca turística **Territorio Xareta**, dentro de la cual se establecen acciones de promoción y dinamización turística conjuntas entre las cuatro localidades. No poseen un reglamento de trabajo establecido ni tampoco un calendario de reunión prefijado.



Mapa conceptual 7: Estructura organizativa de la marca turística Territorio Xareta. Elaboración propia.

4. Ayuntamiento de Baztan

En la actualidad el ámbito turístico está gestionado directamente desde la concejalía de Turismo, Comercio y Consumo. Asimismo, no existe ninguna comisión municipal dedicada al turismo. Al mismo tiempo, existe relación directa sobre todo con las alcaldías de Erratzu y Amaiur para la gestión de diferentes recursos.

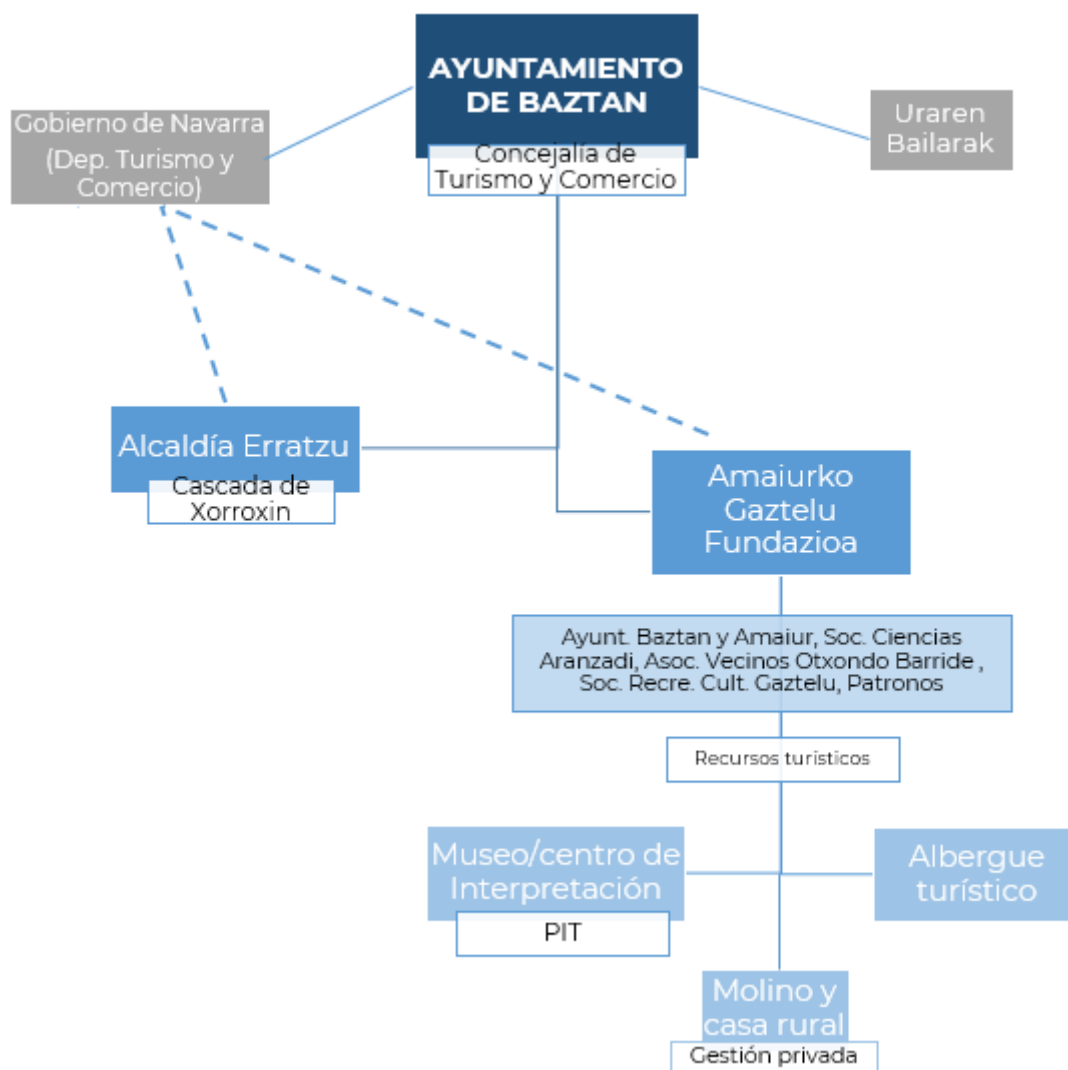
En el caso de la localidad de Amaiur, perteneciente a Baztan, debemos señalar que se ha constituido recientemente (finales del año 2021) la fundación “Amaiurko Gaztelu Fundazioa” para la gestión de todo lo relacionado con la realidad de Amaiur. Se identifican los siguientes fines:

- En el ámbito de la investigación.
- En el ámbito de la protección y conservación del Patrimonio Arqueológico, Etnográfico y Natural.
- En el ámbito de la difusión de los conocimientos y de los resultados de las investigaciones realizadas.
- En el ámbito del desarrollo económico y social.

Y la fundación desempeña las siguientes funciones:

- Gestión y mantenimiento de la casa Agerrea.

- Gestión de las actividades que se integren en la casa Agerrea, que es la infraestructura principal del centro de visitas (Museo, Aula, Bar-Restaurante, Alojamiento Rural, etc.).
- Gestión de la entrada de visitantes al yacimiento arqueológico del Castillo de Amaiur, mediante sistemas electrónicos de acceso con cobro de entrada.
- Mantenimiento y puesta en valor del yacimiento arqueológico.



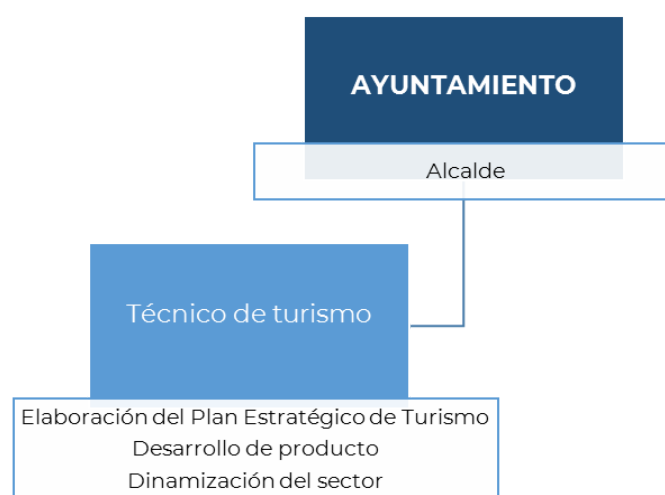
Mapa conceptual 8: Estructura organizativa del Ayuntamiento de Baztan. Elaboración propia.

★ **Museo de Amaïur / Centro de Visitantes.** Tal y como se ha indicado anteriormente, el museo/centro de interpretación (junto a los demás equipamientos de la localidad, salvo el molino y el alojamiento) está gestionado a través de la figura de una fundación.

El centro contiene una exposición museográfica permanente sobre el castillo y los restos arqueológicos encontrados en el mismo en las excavaciones llevadas a cabo por Aranzadi Zientzia Elkartea. Además del museo, en el mismo equipamiento existe una pequeña tienda donde poder adquirir productos típicos de la zona, libros y publicaciones relacionados con el patrimonio histórico-cultural, así como diversos soportes promocionales e información turística de la zona. Por lo tanto, este servicio está orientado únicamente a la atención directa de los visitantes en la actualidad (no responde a funciones de gestión y/o gobernanza del destino).

5. Ayuntamiento de Lesaka

En el año 2021 el Ayuntamiento de Lesaka ha apostado por dedicar recursos al ámbito turístico. En este sentido, se ha contratado a un técnico para realizar el Plan Estratégico de Turismo de Lesaka y dinamizar diferentes acciones (principalmente en la época estival). La buena acogida de la estrategia y, tras constatar la necesidad de ordenar, gestionar el sector y su potencial futuro, se ha ampliado la contratación de dicho técnico por un periodo de un año.

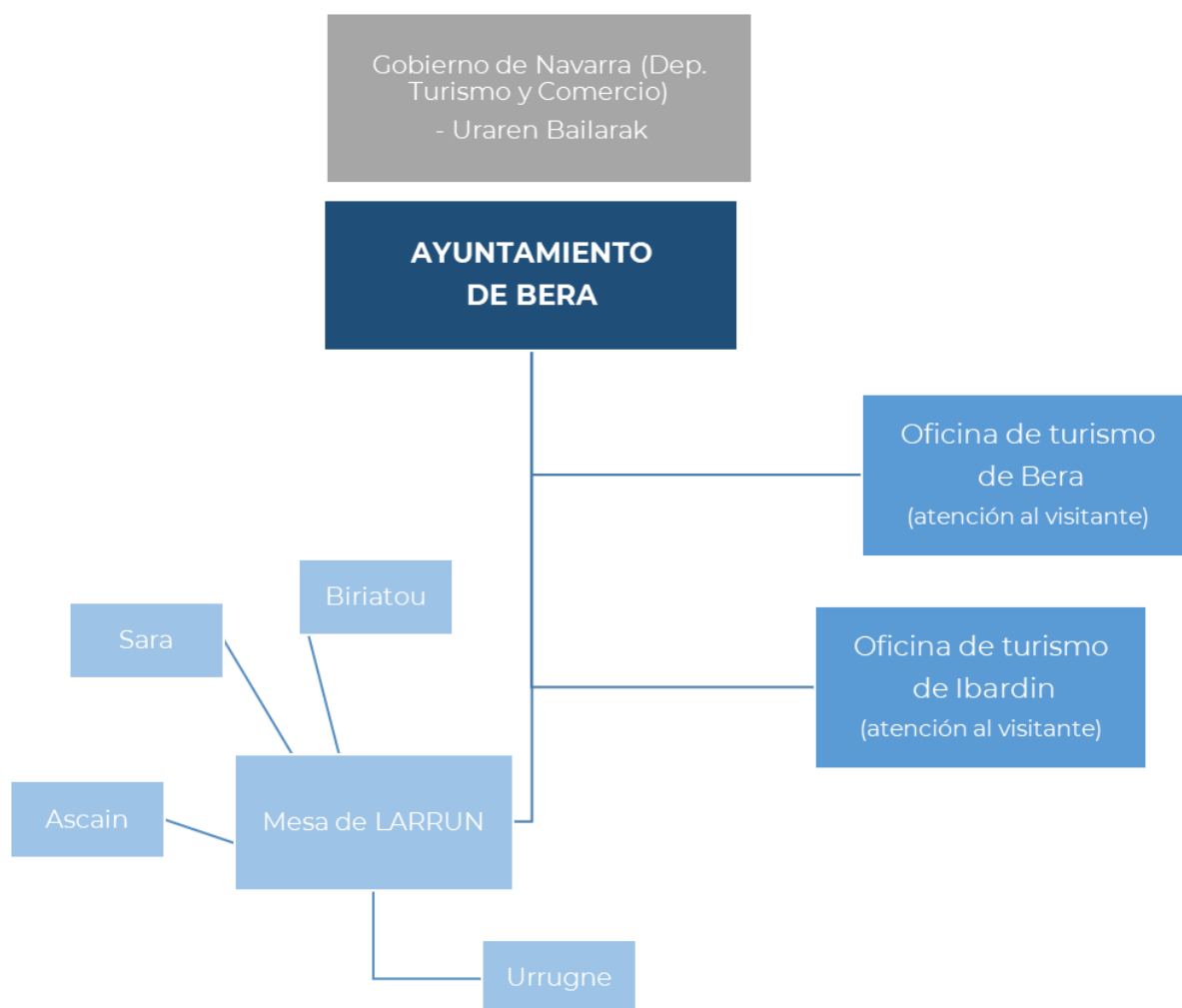


Mapa conceptual 9: Estructura organizativa del Ayuntamiento de Lesaka. Elaboración propia.

6. Ayuntamiento de Bera

En la actualidad el Ayuntamiento de Bera cuenta con diferentes espacios de trabajo y estructuras donde se abordan cuestiones del ámbito turístico. Se identifican los siguientes:

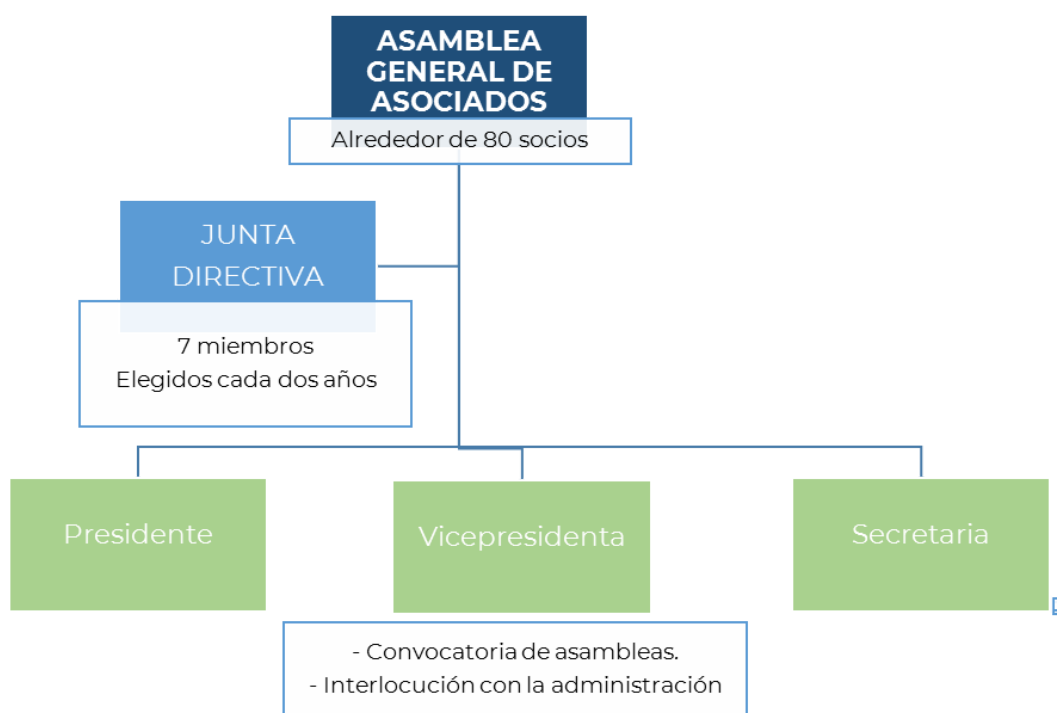
1. Mesa Larrun, donde se trabaja con ayuntamientos de Iparralde con el objetivo de desarrollar estrategias de planificación turística sostenible en el entorno de Larrun.
2. Trabajos de colaboración con la Asociación de Comerciantes de Ibardin y el ayuntamiento de Urruña para la gestión de la Oficina de Turismo de Ibardin. (durante el 2021 ha sido el Ayuntamiento de Bera el único encargado de la contratación del personal)



Mapa conceptual 10: Estructura organizativa del Ayuntamiento de Bera. Elaboración propia.

7. Asociación Baztan-Bidasoa

La asociación de empresas privadas de Baztan-Bidasoa aglutina la principal oferta global y competitiva de servicios turísticos. Entre sus objetivos se señala la promoción y el desarrollo turístico de la zona por un lado y representar la voz del sector privado por otro.



Mapa conceptual 11: Estructura organizativa de la Asociación Baztan-Bidasoa. Elaboración propia.

En la actualidad la asociación cuenta con unos 80 socios, una representación muy baja teniendo en cuenta el número de empresas privadas de la UGET (suponen alrededor del 15-20% de las empresas turísticas-alojamientos, empresas de actividades- y de restauración, que suman aproximadamente un total de 500 negocios).

8. Otras asociaciones del ámbito turístico

Además de la Asociación Baztan-Bidasoa anteriormente analizada, existen otras agrupaciones empresariales dentro del ámbito turístico, en este caso solamente se han identificado en el territorio de Baztan. Dada sus características, no se trata de asociaciones que con un enfoque hacia la gestión y de dinamización turística, únicamente se identifican como agentes aglutinadores de empresas, se ha optado por no incorporarlas al análisis de la gobernanza.

**Bertan Baztan**

Es la asociación que agrupa a empresas de comercio, hostelería y servicios, surgió en 2006 y cuenta con 66 socios/as. Algunos de sus objetivos están relacionados con la promoción y la difusión, y entre otras iniciativas impulsan actividades formativas que se adapten a las necesidades de las empresas asociadas. Además, desarrollan dinámicas de trabajo con otras entidades del territorio.

Prest!

PREST Baztango Zerbitzu Turistikoen Elkarte

Se trata de una nueva asociación turística surgida en verano de 2018 y compuesta por 10 integrantes. Su objetivo principal es canalizar y gestionar el turismo que llega a Baztan. Además, trabajan junto con otros agentes turísticos del territorio para impulsar diferentes iniciativas en este sector.

**APOPILO, Baztango Alojamentuen Elkarte**

Se trata de una asociación de alojamientos turísticos de Baztan. Sus integrantes han decidido vivir y trabajar en el valle, por lo que se trata de una asociación que pretende ofrecer un producto que se diferencie por su calidad y comprometido con el territorio, que por tanto sea compatible con la perdurabilidad, la identidad autóctona y el patrimonio. Por el momento Apopilo agrupa a 21 miembros.

9. Oficinas de Turismo

En la actualidad dentro del territorio que comprende la UGET-Baztan Bidasoa coexisten oficinas y puntos de información gestionados tanto por el Gobierno de Navarra como por los propios ayuntamientos o entidades locales.

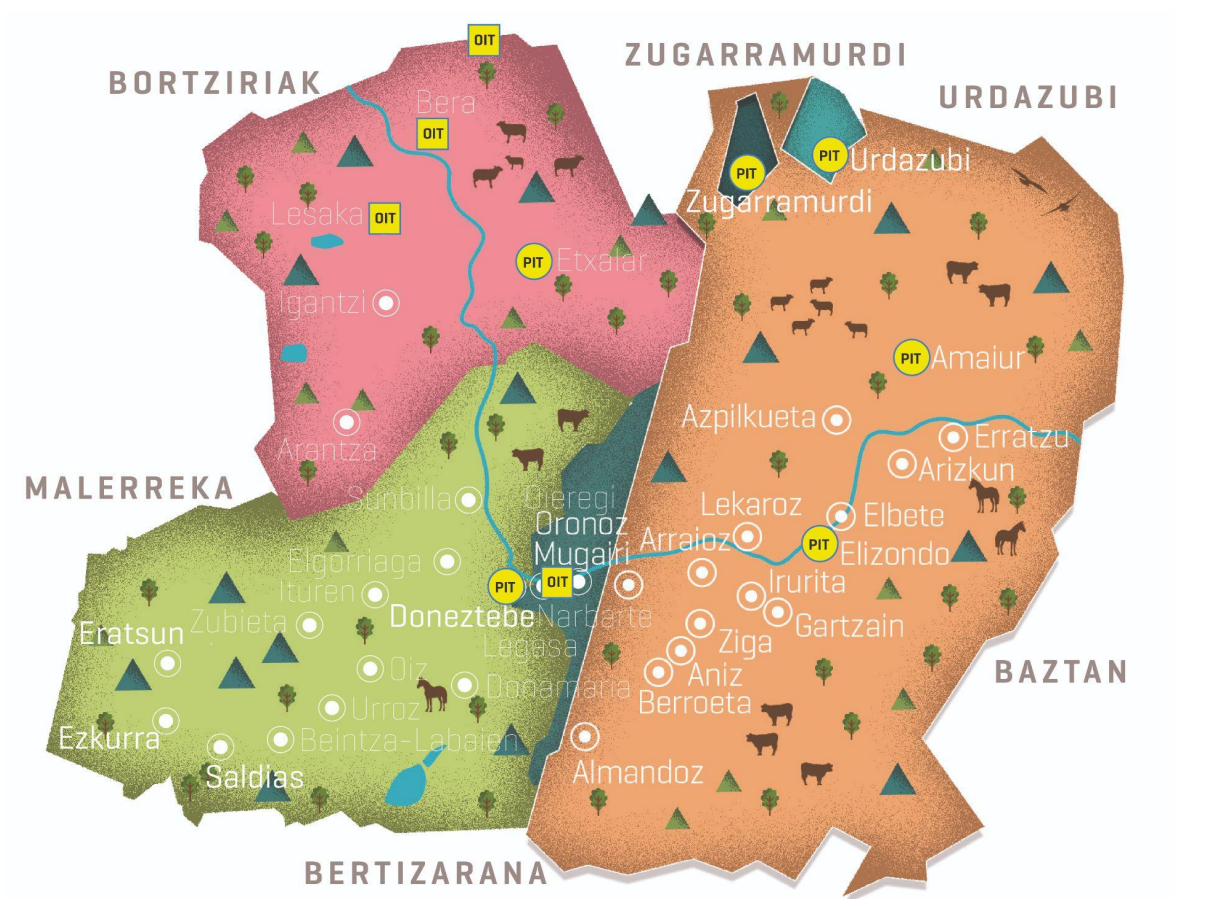
Esta realidad es una cuestión a tener en cuenta, principalmente desde el punto de vista de la gobernanza turística y la coordinación institucional.

- Número de oficinas y catalogación de las mismas

Gestionadas por:	Gobierno de Navarra	Ayuntamientos	TOTAL 10
Total	1	9	
Baztan		2	
Bortziriak		4	
Bertizarana	1	-	
Malerreka		1	
Urdazubi-Urdax		1	
Zugarramurdi		1	

Tabla 9: Oficinas de información turística de la UGET y gestores de las mismas /Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en el mapa a continuación, la distribución de las oficinas o puntos de información turística presentan una concentración alta en ciertas partes del territorio, sobre todo en Bortziriak frente a los demás territorios.



Mapa 3: Localización de las OIT y los PIT dentro de la UGET-Baztan Bidasoa. Fuente: Mapa base cedido por la Asociación Baztan Bidasoa. Elaboración propia.

Catalogación de las oficinas de turismo:		
Alto de Ibardin	OIT ²	(Fuente: Oficinas y puntos de información turística. Gobierno de Navarra)
Amaiur/Maya	PIT ³	
Bera	OIT	
Doneztebe/Santesteban	PIT	
Etxalar	PIT	
Lesaka	OIT	
Urdazubi/Urdax	PIT	
Zugarramurdi	PIT	
Elizondo	OIT	No se identifica dentro de la red
Bertiz	OIT	Una de las 10 oficinas identificadas dentro de la red de Oficinas de Turismo del Gobierno de Navarra

Tabla 10: Catalogación de OTIs y PITs de la UGET /Fuente: elaboración propia

² OIT: Oficinas de información turística: Ubicadas en pequeñas localidades.
³ PIT: Punto de información turística: Ubicados en recursos turísticos.

- Funciones de la oficinas de turismo

Además de dar servicio al visitante, las oficinas de información turística ubicadas en el destino turístico, en los últimos años se han convertido en centros de coordinación y dinamización del turismo. La principal función de las oficinas y puntos de información está dirigida a la atención de visitantes y en dos de ellas se identifican acciones o funciones que responden más a aspectos de gestión turística. La oficina de Bertiz Y Zugarramurdi serían las oficinas que más trabajan aspectos de gestión turística: una agenda conjunta, actualización de recursos turísticos y contacto con agentes del territorio...

En este sentido, se valora como elemento importante repensar el papel de las oficinas de turismo y poder definir una estructura coherente con el territorio y coordinada desde Uraren Bailarak.

FUNCIONES OFICINAS DE TURISMO	
ATENCIÓN AL VISITANTE	FUNCIONES DE GESTIÓN TURÍSTICA
- Brindar información de interés general. - Brindar información sobre la oferta turística ubicada en el destino. - Brindar información y orientación sobre recursos turísticos. - Brindar información y orientación sobre actividades turísticas. - Recibir y contestar solicitudes de información. - Brindar apoyo informativo sobre servicios y recursos. - Brindar información sobre los servicios turísticos y su normativa. - Facilitar al visitante información y asesoramiento sobre sus derechos y tareas. - Atender quejas y sugerencias. - Recopilar y clasificar información sobre la demanda turística. - Buscar y actualizar información. Manténgase actualizado con información sobre información turística. - Realización de la promoción del destino turístico.	- Edición y difusión de material informativo, tanto en papel como digital. - Brindar un servicio promocional. - Centrarse en el marketing; para reservar alojamiento u otros servicios. - Implementar y dirigir planes o certificados para mejorar la gestión turística. - Analizar oferta y demanda y realizar comparaciones con otros destinos. - Asesorar a empresas y profesionales sobre los servicios turísticos y la oferta. - Lanzamiento y diseño de nuevos servicios turísticos.

- **Personal, horarios y calendario**

Con el objetivo de poder valorar mejor elementos ligados a los modelos de gestión interna, se han analizado temas de personal, horario o calendario tanto de las Oficinas de Información Turística como los Puntos de Información Turística. Podemos señalar lo siguiente:

- En la actualidad representan unas figuras importantes en temas de empleabilidad. Empleando en muchos casos a personal con carácter fijo pero con alta estacionalidad en los municipios donde la afluencia de visitantes representa un volumen más bajo y más estacional.
- En temas de horario, están condicionados en todos los casos a la calendarización de apertura. Se identifican dos realidades, por un lado las oficinas que presentan horario partido (mañana y tarde) y por otro lado las oficinas que presentan un horario continuo.
- Respecto a la calendarización la oficina de Bertiz y Zugarramurdi presentan una apertura anual mientras que las demás, se abren en temporada alta como puentes, semana santa y los meses de verano.

Tabla resumen

	Personal	Horario	Calendario
OIT ELIZONDO ^{*4}	Contratado por: Ayuntamiento de Baztan Personal 1: Jornada 100% (anual) Personal 2: Jornada parcial (6 meses) para completar los días libres del personal 1. Personal 3-4: a. Jornada 100% (parking de Erratzu, 4 meses) b. Jornada 100% (parking de Erratzu, 5 meses) / Jornada 35% (parking de Erratzu, 2 meses)	Horario de verano; 10:00-20:00 Horario de invierno; 10:00-16:00	Calendario de verano; abierto todos los días durante los meses de julio y agosto Calendario de invierno; desde septiembre hasta final de junio, abierto los viernes, sábados y domingos.
OIT LESAKA *	Contratado por: Ayuntamiento de Lesaka Persona 1: Jornada 100% (anual) a compatibilizar con labores de técnico. Hasta el 2021, persona contratada. A partir del 2021 el técnico de turismo del ayuntamiento se encargará de la oficina	Horario de Semana Santa, verano y puentes; de martes a sábado: 10:30-13:00 / 15:00-18:00. Domingos: 10:00-14:00. (Lunes, cerrado.) Horario de invierno: 10:00-13:00/15:00-18:00 Domingos: 10:00-14:00	Semana Santa y puentes. Verano: Desde el 15 de junio, julio, agosto, septiembre Calendario de invierno: Puentes y navidades (previsión 2021-2022)
OIT BERTIZ *	Contratado por: Licitación Gobierno de Navarra 3 trabajadores: empresa Ostaitz. Personal 1: Jornada 75% (anual) Personal 2: Jornada 50% (anual) Personal 3: Jornada 100% Personal 4: Según presupuesto, - En agosto: personal de prácticas	Horario de verano: Lunes a sábado: 10:00-14:00/16:00-19:00. Domingos: 10:00-14:00. Horario de invierno: lunes a jueves: 10:00-14:00. Viernes y sábados: 10:00-14:00/15:00-18:00. Domingos: 10:00-14:00.	Calendario de verano; 1 de abril al 30 de septiembre. Calendario de invierno; Desde la segunda mitad de octubre hasta mitad de marzo
PIT DONEZTEBE*	Contratado por: Ayuntamiento de Doneztebe Personal 1: Jornada 65,5% (2,5 meses)	Horario de Semana Santa; de martes a domingo durante dos semanas: 10:30-13:00/16:30-19:00 Horario de verano; durante julio y agosto, de martes a domingo 10:00-13:00/16:00-18:30 (domingos por la tarde cerrado)	Calendario de Semana Santa; de martes a domingo durante dos semanas Calendario Verano: julio y agosto, de martes a domingo

⁴ (*) Oficinas y Puntos de Información recogidas en Uraren Bailara.

OIT BERA*	Contratado por: Ayuntamiento de Bera Personal 1: Jornada 100% (3,5 meses)	Horario de Semana Santa; 10:00-14:00/15:00-18:00 Horario de verano; De martes a domingo: 10:00-14:00/15:00-18:00	Calendario Semana Santa: se abre durante las dos semanas. Calendario Verano: desde mediados de junio hasta mediados de septiembre. Lunes cerrado. (los domingos por la tarde cerrado).
OIT IBARDIN * <i>(Gestión: Ayuntamiento de Bera + Ayuntamiento de Urruña + Asociación de comerciantes de Ibardin)</i>	Contratado por: Actualidad Ayuntamiento de Bera Personal 1: Jornada 100% (3,5 meses)	Horario de verano 9:00-13:00/14:00-18:00	Calendario de verano todos los días
PIT URDAZUBI-URDAX	Contratado por: Empresa externa: Cuevas de Urdax - Urdazubiko Lezeak Personal 1 Jornada X% (10 meses)	Horario de miércoles a domingo: 11:00-14:00 /15:00-18:00	Calendario de anual: de marzo a octubre, Semana Santa y festivos.
PIT ZUGARRAMURDI	Contratado por: Zugarramurdi Garatzen Personal 1-3 : <i>(se han identificado únicamente los trabajadores directos de los PIT)</i> Jornada 100% (Anual)	Horarios: Temporada media: Miércoles - Domingo 11:00-19:00 Temporada alta: Martes - Domingo 11:00-19:00 Temporada baja: Miércoles- Viernes 11:00-18:00 Sábado-Domingo 11:00-19:00	Calendario: Temporada media: (01-14 de julio / 16-30 de septiembre) Temporada alta: (15 de julio al 15 de septiembre) Temporada baja: 24 y 31 de diciembre: 11:00h - 14:30h 25 de diciembre, 1 y 6 de Enero: Cerrado Del 2 al 15 de enero: el museo permanece cerrado y la cueva abre solamente los fines de semana.
PIT AMAIUR	Contratado por: Autónomo Personal 1: Julio-Agosto: Jornada 100% Resto del año: Según necesidades	Horarios: Julio-Agosto 11:00-19:00 Septiembre-Junio 11:00-18:00 (Sábados) 11:00-14:00 (Domingo)	Calendario Julio-Agosto todos los días Septiembre-Junio sábados y domingos.

Tabla 11: Personal, horario y calendario del personal de las OIT y los PIT dentro de la UGET-Baztan Bidasoa./Fuente: elaboración propia.

C. Personal dedicado al ámbito del turismo.

Como parte de la gestión turística de destino se han identificado los agentes que “aportan recursos humanos” a la realidad turística. En este sentido, no se han analizado otro tipo de agentes o asociaciones que son parte de la actividad turística como tal. Tenemos que tener en cuenta que el 15,30% de las empresas del Baztan son turísticas (*Ostatu Turistikoen azterketa, 2020 Baztango Udala*) por lo que el personal asociado a la actividad turística es bastante más superior al presente análisis.

De los agentes vinculados a la gobernanza como agentes activos podemos subrayar que:

- El papel de técnico de turismo municipal, únicamente se identifica en la localidad de Lesaka, se subraya como una apuesta del consistorio con una temporalidad determinada por ahora.
- Las características y las dimensiones de los ayuntamientos hace que en muchas ocasiones la actividad turística recaiga en responsables de alcaldía. Esta realidad es está suplida en el ámbito técnico, en parte, gracias a la figura de Uraren Bailarak como agente aglutinador de la actividad turística. Únicamente, en el caso del Ayuntamiento de Baztan existe un responsable turístico en una concejalía, en este caso la concejalía de Turismo y Comercio.
- En el caso de Zugarramurdi las características turísticas vinculadas a un recurso condicionan el personal dedicado al mismo, con un número considerablemente mayor a otras localidades navarras. En este caso, Zugarramurdiko Garapena está compuesta por 7 trabajadores/as. 3 dedicados a dar el servicio turístico en torno a la cueva, el museo e información turística, más 2 personas extra para temporadas de gran afluencia dedicadas solamente al museo y a la cueva. Además de una persona para la gestión-gerencia y otra encargada del mantenimiento de las instalaciones.
- La mayor parte del personal identificado está contratado para ofrecer información al visitante. En total se emplea a 18 personas para los puestos de información turística y en un número más limitado a planificar o destinados a la toma de decisiones estratégicas.

“
Se valora
positivamente la
figura de Uraren
Bailarak como
agente aglutinador
”

Tabla resumen

Institución/ente gestor del turismo		Responsable turismo	Técnico Turismo	Otro personal ⁵ (trabajador/a punto de información...)
		Gobernanza Turística	Gestión Turística	
Gobierno de Navarra Departamento de Turismo y Comercio		Sí. Alberto Ecay	Sí. Patxi Saenz-Lazkano	Sí.
Cederna Garalur-Uraren Bailarak		18 ayuntamientos Uraren Bailarak	Sí. Irantzu Pastor	-
	Ayuntamiento de Baztan	Sí. Concejal de Turismo, Xabier Torres	-	Sí.
-	Ayuntamiento de Amaiur	Alcaldía	-	Sí.
-	Ayuntamiento de Erratzu	Alcaldía	-	Sí (2021)
	Ayuntamiento de Bertizarana	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Arantza	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Bera	Alcaldía	-	Sí.
	Ayuntamiento de Etxalar	Alcaldía	-	Sí.
	Ayuntamiento de Igantzi	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Lesaka	Alcaldía	Sí. Técnico turístico.	Sí.
	Ayuntamiento de Beintza Labaien	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Donamaria	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Doneztebe	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Elgorriaga	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Eratsun	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Ezkurra	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Ituren	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Oitz	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Sunbilla	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Urrotz	Alcaldía	-	-
	Ayuntamiento de Zubietta	Alcaldía	-	-

⁵ Desarrollado en el apartado Oficinas de Turismo

Ayuntamiento de Zugarramurdi	Sí. Zugarramurdiko Garapena S. L.	Sí. Ainhoa Aguirre (gerente)	Sí. · 3 personas fijas contratadas para la Cueva y el Museo y 2 personas extra. Además 1 persona de mantenimiento
Ayuntamiento de Urdazubi-Urdax	Alcaldía	-	Sí.
Asociación Baztan-Bidasoa	-	-	Sí. Secretaría de la Asociación

Tabla 12: Personal dedicado al ámbito turístico./Fuente: elaboración propia.

D. Funciones y competencias:

Se han clasificado los resultados teniendo en cuenta los elementos identificados en las reuniones participativas y las encuestas a los diferentes agentes.

- En la actualidad no existe un agente con competencias en planificación turística que responda a toda la UGET como destino turístico. De lo contrario, aunque no tenga responsabilidades de planificación la asociación Baztan Bidasoa trabaja el destino incorporando todas las realidades de la UGET.
- El Ayuntamiento de Lesaka ha apostado por realizar una planificación turística, asignando una persona para ello y trabajando diferentes propuestas u ofertas turísticas a lo largo del año 2021.
- Como se ha identificado en el apartado de estructuras de gestión interna, existen diferentes foros de participación y de coordinación para el ámbito de turismo. En muchos casos responden a foros locales estructurados para resolver aspectos de gestión en relación con la actividad turística. Son foros permanentes que no responden a ninguna estructura regulada y en muchos casos se limitan a “hacer lo que se puede / actuar cuando se necesita”.
- La figura de Uraren Bailarak representa una posición turística y una figura gestora aglutinadora para los ayuntamientos que son parte de la marca turística.
- La relación entre entidades públicas y privadas se desarrolla sobre todo en la zonas fronterizas como Dantxarinea e Ibardin, son espacios donde existen asociaciones de comerciantes importantes. A parte no se han identificado espacios de trabajo en conjunto (en

“

Las oficinas de turismo se presentan como agentes de unión entre la planificación y la comercialización

”

el caso de Lesaka se han trabajado reuniones entre agentes público-privados en el marco de la elaboración del plan turístico 2021).

- Como se ha señalado con anterioridad, el tema de la gestión está muy vinculado a las oficinas de turismo.
- La promoción como destino está fraccionada en diferentes portales turísticos, en la mayoría de los casos la promoción es totalmente local sin incorporar la participación de Uraren Bailara. Tampoco hay una conexión definida con las acciones de promoción que se llevan a cabo desde el Gobierno de Navarra.
- Actualmente no existe una estructura de unión entre los encargados/das de la planificación y los agentes (privados) que diseñan los productos y los comercializan.

Tabla resumen

Institución/ente gestor del turismo	Gobierno de Navarra	Cederna Garalur-Uraren Bailarak	Ayunt. Zugarramurdi	Ayunt. Urdazubi-Urdax	Asociación Baztan Bidasoa
Planificación	☒ Planificación del turismo de Navarra.	☒ Gestión de planes estratégicos. Ayuntamiento de Lesaka. Planificación del turismo local.	☒ Planificación local	☒ Planificación local	
Coordinación	☒ Puntual Pública	☒ Coordinación con ayuntamientos de Baztan- Bidasoa Pública	☒ Zugarramurdi Garatzen Pública Territorio Xareta Pública	☒ Coordinación con agentes turísticos privados locales y Dantxarinea Público-Privada territorio Xareta Pública	☒ Coordinación interna y participación en diferentes foros o espacios públicos Privada
Gestión mantenimiento	☒ Oficina de turismo de Bertiz	☒ Gestión y mantenimiento de la Vía Verde del Bidasoa	☒ Contratar el personal especializado y los servicios externos necesarios para el desarrollo de sus actividades. Gestionar y ejecutar las obras y servicios necesarios, los recursos e infraestructuras.	☒ Licitación para la gestión de las cuevas de Urdax, oficina de turismo y el molino.	

		- Ayuntamiento de Baztan. Contratación de personal (parking Xorroxin, oficina de turismo Elizondo) y mantenimiento de senderos. - Ayuntamiento de Bera. Contratación de Personal: Oficinas de Turismo Bera e Ibañeta - Ayuntamiento de Etxalar. Contratación de Personal: Oficinas de turismo Etxalar - Ayuntamiento de Lesaka Contratación de Personal: Oficina de turismo Lesaka			
Diseño de producto	☒ Productos específicos de carácter puntual	☒ Ayunt. Lesaka Visitas guiadas 2021	☒ Prestar servicios de visitas guiadas y no guiadas de descubrimiento y valoración de los elementos patrimoniales municipales.		☒ Productos turísticos ligados a la comarca
Promoción	☒ Toda Navarra	☒ Promoción turística exterior de las comarcas, así como de la Vía Verde del Bidasoa.	☒ Realizar actividades de promoción de la localidad y de sus recursos patrimoniales, naturales, culturales, históricos y turísticos. Organizar eventos culturales, artísticos y de promoción turística en Zugarramurdi Promoción con otros espacios turísticos (Territorio Xareta).	☒ Promoción de la localidad. Promoción con otros espacios turísticos (Territorio Xareta)	☒ Promoción dimensión UGET + Promoción socios
		- (En los últimos años los ayuntamientos han decidido no realizar trabajos de promoción del territorio como estrategia para evitar el agravio de los problemas de masificación en ciertos puntos). - Promoción local.			
Comercialización			Comercialización de las actividades turísticas locales		Comercialización de los servicios de los socios.

Tabla 13: Funciones y competencias de las Instituciones y entes gestores del turismo./Fuente: elaboración propia.

E. Presupuesto dedicado al turismo:**- Aportación Uraren Bailarak:**

Ayuntamientos Uraren Bailarak	Aportación económica (año 2021)
Ayuntamiento de Baztan	19.619€
Ayuntamiento de Bertizarana	1.494€
Ayuntamiento de Arantza	1.883€
Ayuntamiento de Bera	7.300,00€
Ayuntamiento de Etxalar	2.721,00€
Ayuntamiento de Igantzi	1.388,00€
Ayuntamiento de Lesaka	5.137,00€
Ayuntamiento de Beintza Labaien	646,00€
Ayuntamiento de Donamaria	764,00€
Ayuntamiento de Doneztebe	3.210,00€
Ayuntamiento de Elgorriaga	1.054,00€
Ayuntamiento de Eratsun	192,00€
Ayuntamiento de Ezkurra	479,00€
Ayuntamiento de Ituren	1.327,00€
Ayuntamiento de Oitz	255,00€
Ayuntamiento de Sunbilla	1.611,00€
Ayuntamiento de Urrotz	281,00€
Ayuntamiento de Zubieta	639,00€
Total:	53.000,00€

Tabla 14: Presupuesto dedicado al turismo. Aportaciones Uraren Bailarak./Fuente: elaboración propia.

(*Las cuotas de cada uno de los 18 ayuntamientos miembros de Uraren Bailarak se calculan en función de tres factores: población INE oficial (50%), IAE año anterior (20%) y el número de plazas alojativas en la localidad (30%).

- **Gastos en Turismo:**

Tabla resumen

	Gasto/ Desglosado por conceptos					
Institución/ente gestor del turismo	Desarrollo de producto	Marketing y promoción	Comercialización	Eventos	Personal	Mantenimiento de infraestructuras y otros
Gobierno de Navarra					66.682,00€ (+Iva)	
Uraren Bailarak		7.600,00€			22.303 €	- 21.100€ (Vía Verde del Bidasoa) - 8.250€ (Proyecto PSIS) - 500€ (otros)
Ayunt. Baztan		6.000,00€	8.000,00€		36.000,00€	-10.000,00€ Mantenimiento/señalización -20.000,00 estudios
Ayunt. Amaiur						-5.281,20€ Etxeberri museo y gastos Agerre
Ayunt.Bera		605,00€			11.593,73€	
Convenio de Financiación para la ejecución de las obras de urbanización del barrio de Ibardin, entre el Ayuntamiento de Bera y la Agrupación de Comercio, Hostelería y Servicios Ibardin, A.I.E (25 de Noviembre 2021) Mediante este convenio se acuerda la financiación del ayuntamiento de Bera de 400.000,00€ (I.V.A incluido) para cada una de las fases o anualidades.						
Ayunt. Lesaka	- 46.668€ (Proyecto Bizibide) - 6.000€ (Proyecto Gymkana)				- 30.220€ (Contratación del técnico de turismo)	
Año 2021: proyecto Bizibide ha sido financiado al 62% mediante subvención y la Gymkana en un 70%. En el año 2018 se realizaron trabajos de pavimentación de uno de los túneles correspondientes a los terrenos de Lesaka en la Vía Verde del Bidasoa, invirtiendo para ello 33.113€						
Zugarramurdiko Garapena SL	6.000€	5.300,00€	2.100,00€	11.500€	180.300€	30.200,00€
Ayunt.Urdazubi-Urdax		24.832,00€		3.359,00€	10.000-11.000€ (Oficina de Turismo)	-2.500,00€ Territorio Xareta -6.000,00€ Gabinete de comunicación -Amigos Camino de Santiago 1.500,00€
Total:	58.668,00€	44.337,00€	10.000,00€	14.859,00 €	358.098,00€ (*)	105.331,20€

Tabla 15: Gasto realizado en turismo por parte de las Instituciones y entes gestores del turismo./Fuente: elaboración propia.

(*El gasto de Etxalar y Doneztebe en temas de personal no se han identificado.

- **Sector privado/ Asociación Baztan-Bidasoa:** La asociación cuenta con un presupuesto de 50.000,00€ (50% cuotas socios, 30% subvenciones Gobierno de Navarra, 20% financiación proyectos concretos -proyectos sectoriales financiados por los socios en base a baremaciones.)

2.1.2.3. Actores sociales

Hasta la fecha, la población local no ha estado en el foco del ámbito turístico, salvo en momentos puntuales en los que han sido interpelados o en los que han podido manifestar su posición respecto a la realidad turística. Principalmente han sido los problemas de masificación en algunas zonas, así como el aumento de viviendas turísticas (lo que repercute en las posibilidades de acceso a la vivienda para los locales), los hechos que más han hecho que la ciudadanía repare en los asuntos de índole turístico.

Se considera fundamental atender y poner el foco en los residentes y agentes locales dentro de la planificación turística, incluyendo su participación activa.

Según el estudio *“Percepción de la población navarra sobre el desarrollo turístico en la comunidad foral”* realizado por el Observatorio Turístico de Navarra (2020), casi la totalidad de los participantes en el estudio, cree que la llegada y crecimiento del turismo es una fuente de ingresos para Navarra y que favorece al aumento de la calidad de vida, a la creación de nuevos servicios, negocios y empleo. Por contra, la población refleja cierto sentimiento de que el turismo hace que los precios aumenten, aumente la mano de obra precaria y se vea reducida la oferta de viviendas disponibles para los residentes. A su vez, no se percibe que el turismo aumente la inseguridad ciudadana o que tenga repercusión directa en la vida cotidiana.

Respecto al impacto cultural, la percepción por parte de los agentes sociales y residentes es positiva; ya que sienten que gracias a este, se contribuye a la mejora de espacios culturales y conservación de monumentos; junto al aumento de la oferta de eventos culturales y festivos. Asimismo, no se siente la pérdida de identidad cultural.

El impacto directo que genera el turismo sobre el medioambiente también incide sobre la percepción que tienen los residentes y agentes sociales; en su gran medida, genera una apreciación negativa. El aumento del tráfico, los problemas de aparcamiento, la contaminación y la degradación del medio natural son las principales causas de preocupación. Sin embargo, se cree que el turismo aumenta la conciencia medioambiental y ayuda a la conservación y preservación del mismo.

Finalmente, el estudio muestra que la opinión respecto al turismo de los residentes y agentes sociales de Navarra es muy diferente dependiendo de la zona. Los agentes sociales y residentes de la zona norte de la Comunidad Foral; la cual conforma la UGET-Baztan Bidasoa, se muestran muy de acuerdo con que el turismo es bueno para su zona y que les gustaría recibir turistas todo el año. Por contra, es la Ribera la zona que expresa mayor descontento con el desarrollo turístico actual; ya que sienten que se benefician menos de la actividad turística a nivel personal que en otras zonas.

2.2. Análisis del visitante

El siguiente análisis se ha realizado a partir de los datos recogidos en las oficinas de información turística (OITs) y puntos de información turística (PITs) del territorio de la UGET-Baztan Bidasoa, referentes a los usuarios que pasan por el punto de información, tanto visitantes como turistas.

En este contexto hay que tener en cuenta que los datos no se recogen de forma homogénea en todas las oficinas de la UGET, por lo que dificulta una comparación de los datos y poder reflejar una imagen real sobre la demanda.

2.2.1. Evolución número de visitantes:

El principal objetivo de este apartado es analizar la evolución de los visitantes de la UGET-Baztan Bidasoa entre los años 2010 y 2021. Tal y como se ha mencionado anteriormente, no todas monitorizan las visitas de la misma forma, ni comparten el mismo calendario de apertura, por ello el análisis de los datos se realiza por separado.

En datos absolutos, la UGET ha identificado una subida de visitantes durante los años 2011-2018. Se observa una tendencia a la baja desde el año 2019, con una bajada pronunciada por el covid-19 el año 2020. En este sentido, los datos actuales nos sitúan a día de hoy en datos del 2016.

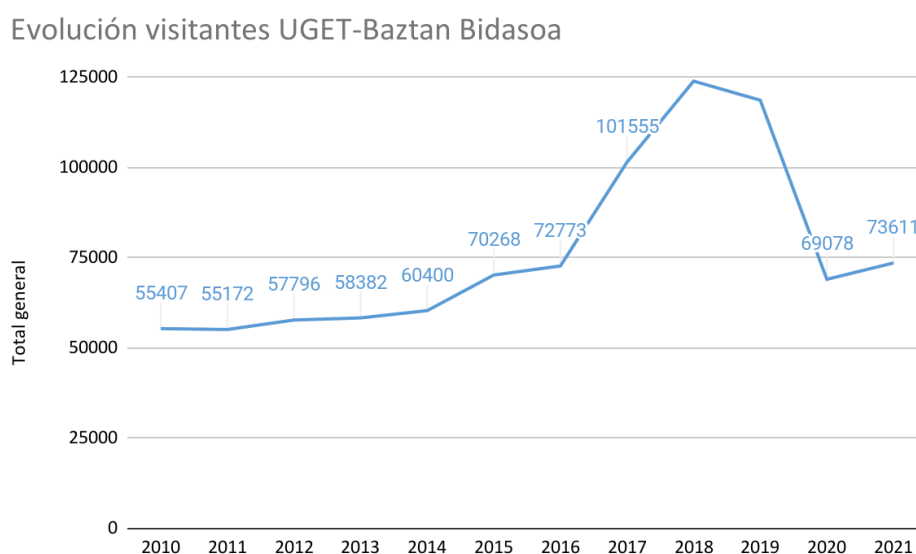


Gráfico 17: Evolución del número de visitantes en oficinas de Bera, Bertiz, Doneztebe, Elizondo, Etxalar, Ibañeta, Lesaka, Urdazubi-Urdax, Zugarramurdi / Fuente: Servicio de Planificación e Innovación de Navarra

Si realizamos el análisis por oficina existe una evidente disparidad entre unas oficinas de turismo y otras. En general Zugarramurdi, Bertiz, Elizondo y Urdax son las oficinas que reciben una mayor concentración de visitantes y en las que se recogen los datos de una forma más regular los últimos años.

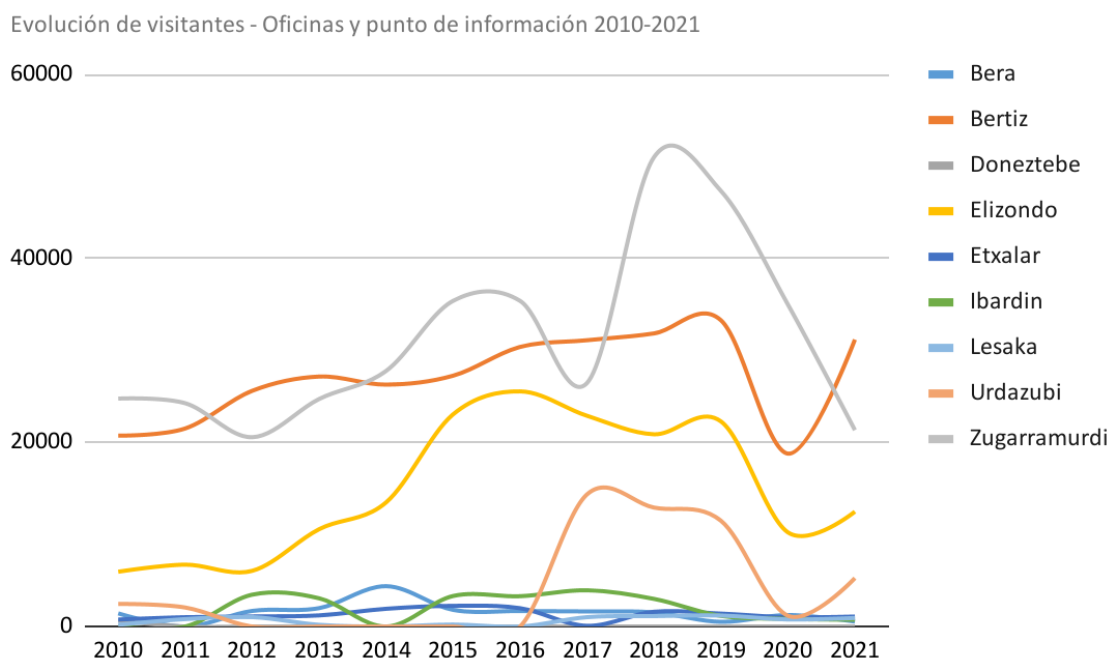


Gráfico 18: Evolución del número de visitantes por oficinas de Bera, Bertiz, Doneztebe, Elizondo, Etxalar, Ibañeta, Lesaka, Urdax/urdaiz, Zugarramurdi / Fuente: Servicio de Planificación e Innovación de Navarra

2.2.2. Datos por cada una de las principales oficinas:

Oficina de turismo Zugarramurdi: según los informes anuales de turismo del Gobierno de Navarra, las cuevas de Zugarramurdi se identifican como segundo recurso más visitado de Navarra con 120.496 visitantes (fuente: Informe anual de turismo 2021 Navarra Enero-Octubre) y reflejo de ello son los datos de la oficina de turismo. La oficina de turismo de Zugarramurdi es quien recoge los datos de afluencia más altos de todo el destino de UGET-Baztan Bidasoa y suponen aproximadamente el 32% de los visitantes que pasan por la cueva.

Afluencia de visitantes en Zugarramurdi

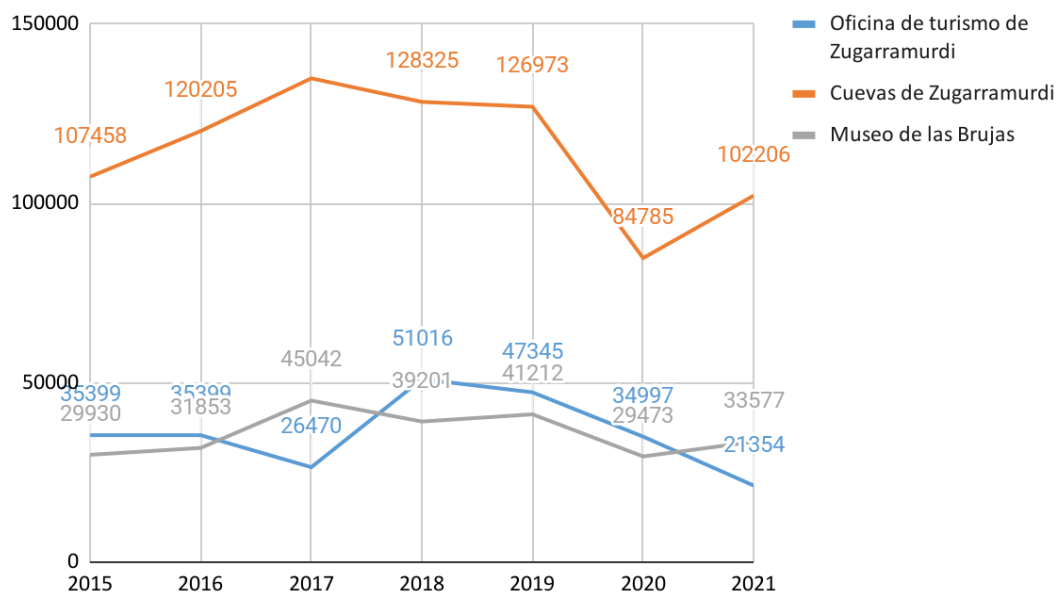


Gráfico 19: Afluencia de visitantes (2015-2021) en Zugarramurdi./ Fuente: Zugarramurdiko Garapena S.L.

Oficina de turismo de Bertiz: Es la única oficina de la red de oficinas de turismo del Gobierno de Navarra de toda la UGET- Baztan Bidasoa. Permanece abierta durante todo el año y está situada en la entrada del Parque Natural de Bertiz. La gran afluencia de visitantes a este recurso se ve reflejada en los datos que se recogen en la oficina. Hay que resaltar, que aun teniendo un aumento en el número de visitantes año tras año, esta subida ha sido totalmente lineal.

Afluencia de visitantes Parque Natural de Bertiz y OIT Bertiz

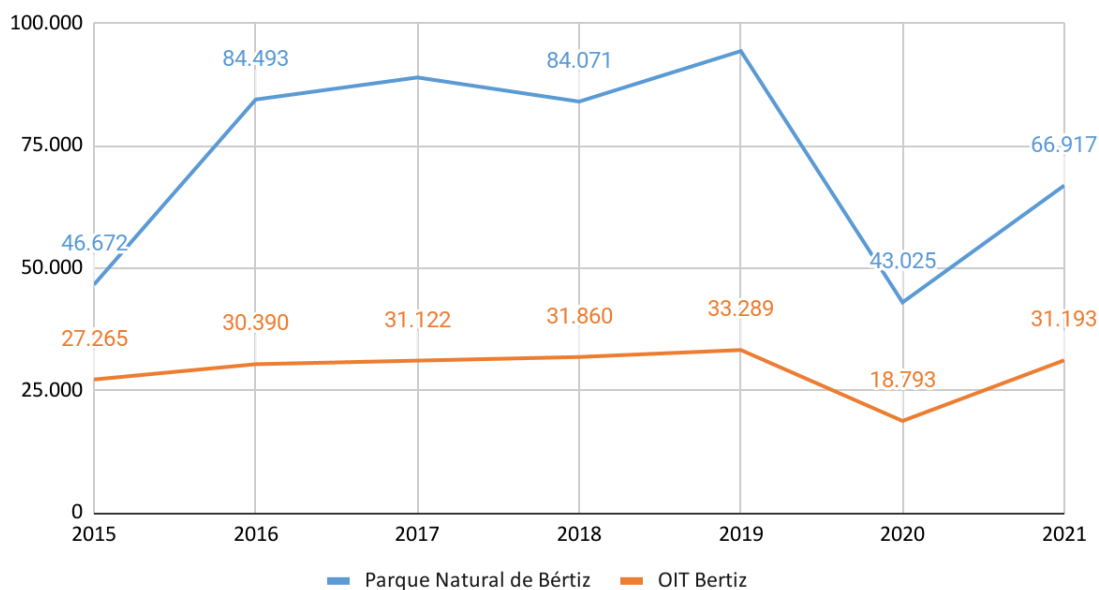


Gráfico 20: Afluencia de visitantes (2017-2021) en el Parque Natural de Bertiz y OIT Bertiz.

Oficina de turismo de Elizondo: A partir de la publicación de la Trilogía del Baztan “El Guardián Invisible” en el año 2013, así como la atracción que han suscitado diferentes recursos de Baztan, como el Castillo de Amaior y la cascada de Xorroxin (Erratzu), se ha constatado un crecimiento de la afluencia de visitantes en los últimos años..

Afluencia de visitantes. Oficina de turismo de Elizondo.2010-2021

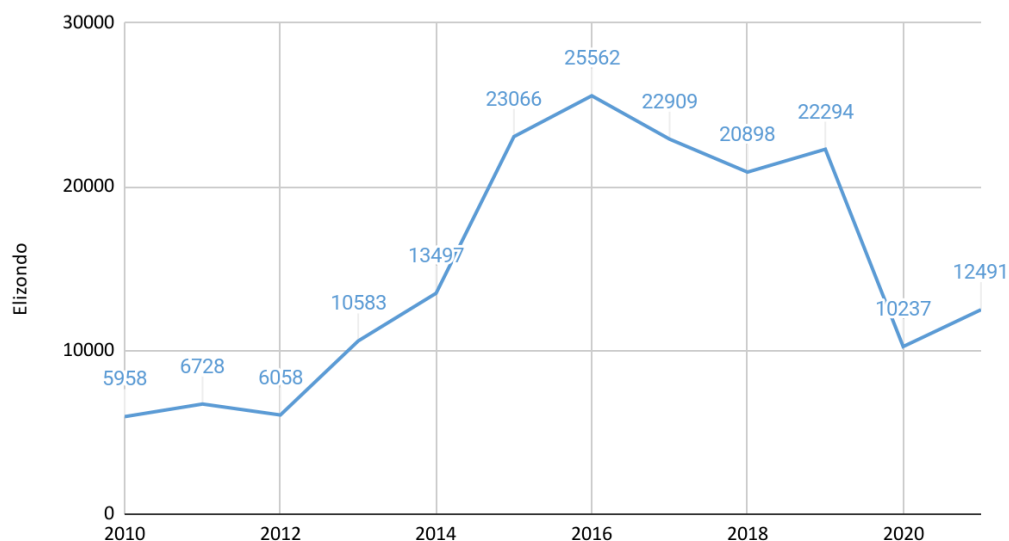


Gráfico 21: Afluencia de visitantes oficina de turismo de Elizondo (2010-2021) /Fuente: Servicio de Planificación e Innovación de Navarra

Oficina de turismo de Urdax-Urdazubi: Según los datos recogidos a partir del año 2017, la afluencia de visitantes ha bajado notablemente en la oficina de turismo de Urdax-Urdazubi. Se desconoce el origen de esta bajada tan significativa de visitantes, ya que en términos de visitas a las cuevas de Urdax, la afluencia de visitantes ha sido constante en los últimos años, en torno a 30.000 visitantes anuales, exceptuando el año 2019 que se identificó una bajada.

Afluencia de visitantes.Oficina de turismo Urdazubi /Urdax 2017-2021

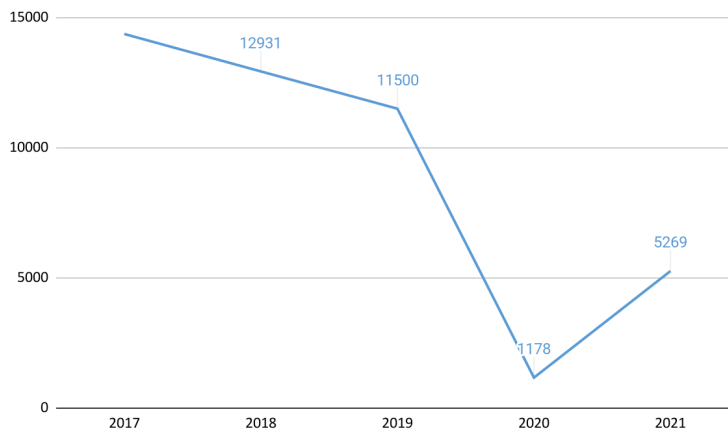


Gráfico 22: Afluencia de visitantes oficina de turismo de Urdax (2017-2021) / Fuente: Ayuntamiento de Urdax-Urdazubi

Respecto a las oficinas de Bera, Doneztebe, Ibañeta, Etxalar y Lesaka, los datos no se han recogido de una forma uniforme ni constante durante todos los años por lo que no se puede apreciar de una manera tan clara una evolución de visitantes. Aun así, es destacable no haber identificado una tendencia al alza en los datos, como reflejo del aumento del número de visitantes en los territorios colindantes, por lo que se puede afirmar que el desarrollo turístico de la zona de Baztan o de Zugarramurdi, no ha tenido repercusión reseñable en estos valles.

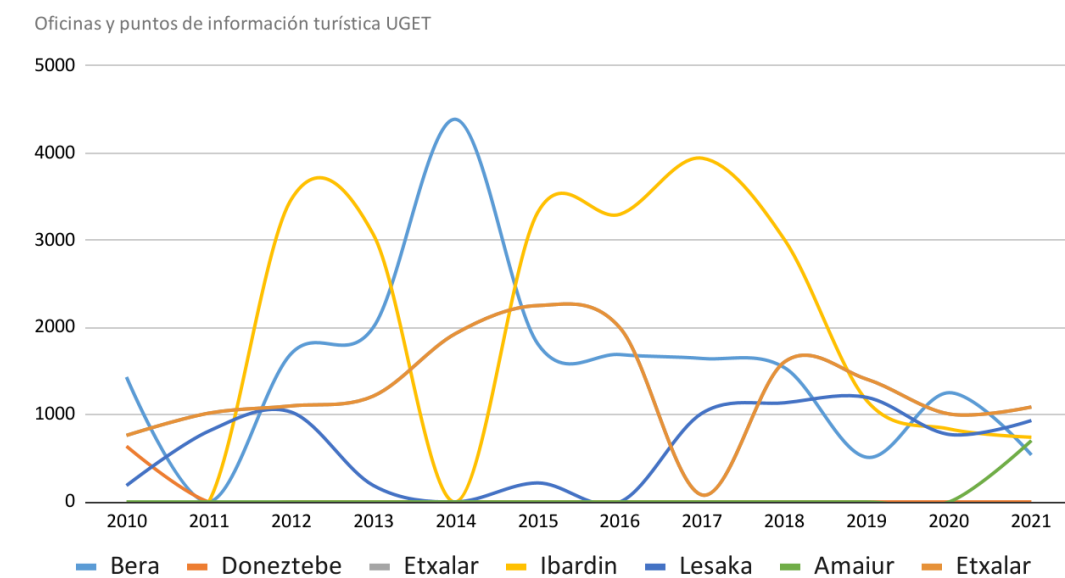
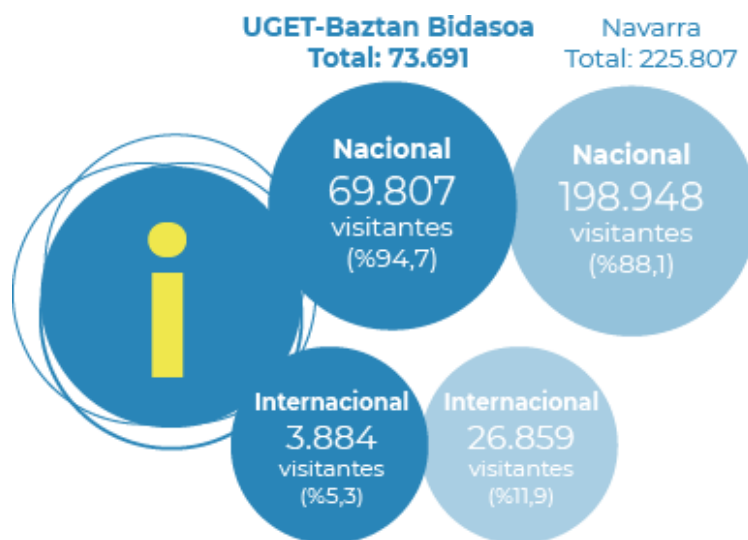


Gráfico 23: Afluencia de visitantes oficinas de turismo (2010-2021) / Fuente: Planificación e Innovación de Navarra

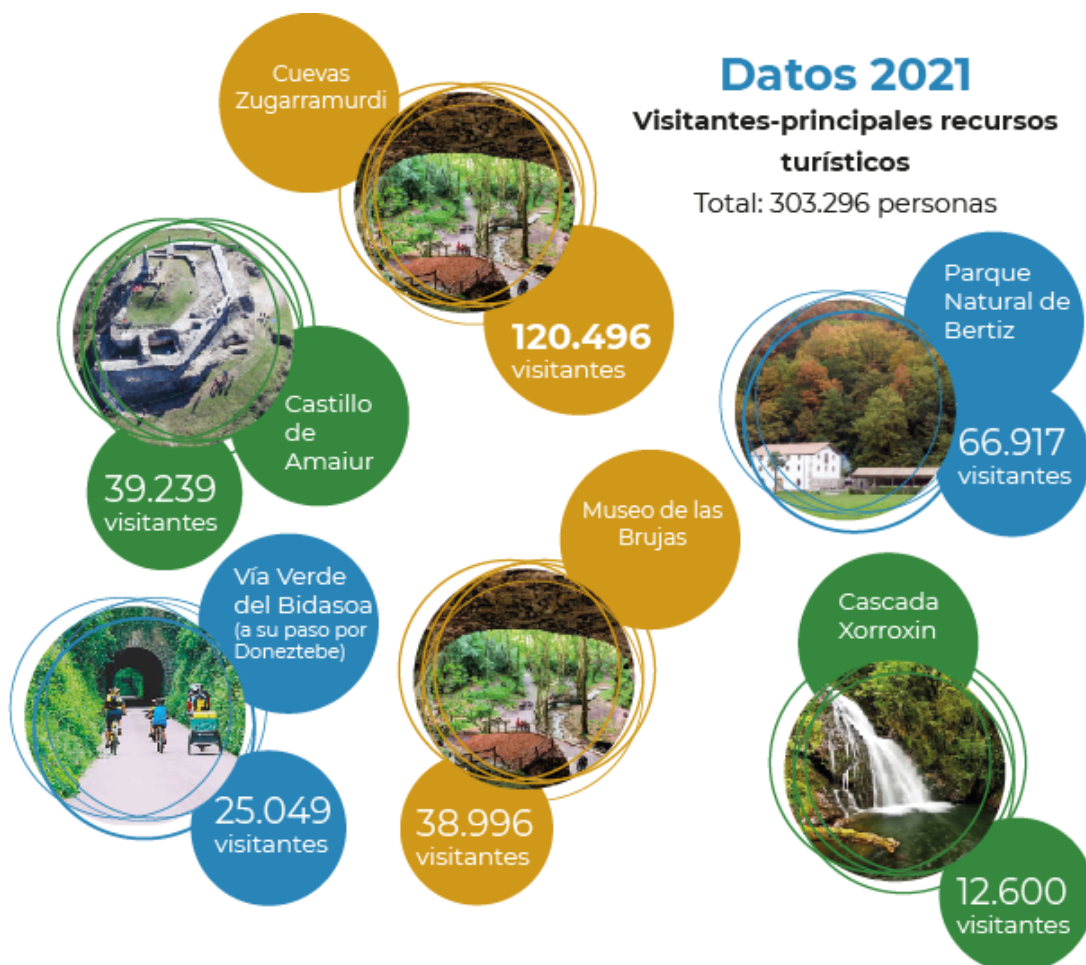
2.2.3. Visitantes año 2021 en datos:

1) Total de visitantes estimado en OIT/PITs 2021 UGET-Baztan Bidasoa:



Mapa conceptual 12: Total de visitantes estimado en OIT/PITs 2021 UGET-Baztan Bidasoa. Elaboración propia.

2) Visitantes-principales recursos turísticos 2021 UGET-Baztan Bidasoa:



Fuente: Informe de afluencia, datos obtenidos en los contadores instalados en los recursos turísticos año 2021. Gobierno de Navarra. Elaboración propia.

2.2.4. Estacionalidad UGET:

No se han podido obtener unos datos uniformes ni completos por parte de todas las OITs y PITs. En los casos en los que se han podido obtener los datos mensuales, es notable la estacionalidad del destino, donde los meses de verano se identifican como periodo de mayor número de visitantes con una concentración especialmente elevada el mes de agosto. En todos los casos semana santa y periodos de vacaciones puntuales (puentes) se identifican como periodos de afluencia media, donde se identifica un afluencia mayor en comparación con otros periodos del año pero con la mitad de los datos que se registra en un mes de agosto.

Elizondo. Es notable la presencia de visitantes sobre todo en los meses de verano, con una enorme diferencia en el mes de agosto. La mayor afluencia de visitantes se registró en agosto del 2016, donde se contabilizaron hasta 10.639 visitantes (el 42% del total de visitantes anuales que recibió este año).

Datos mensuales (2010-2021) oficina de turismo Elizondo

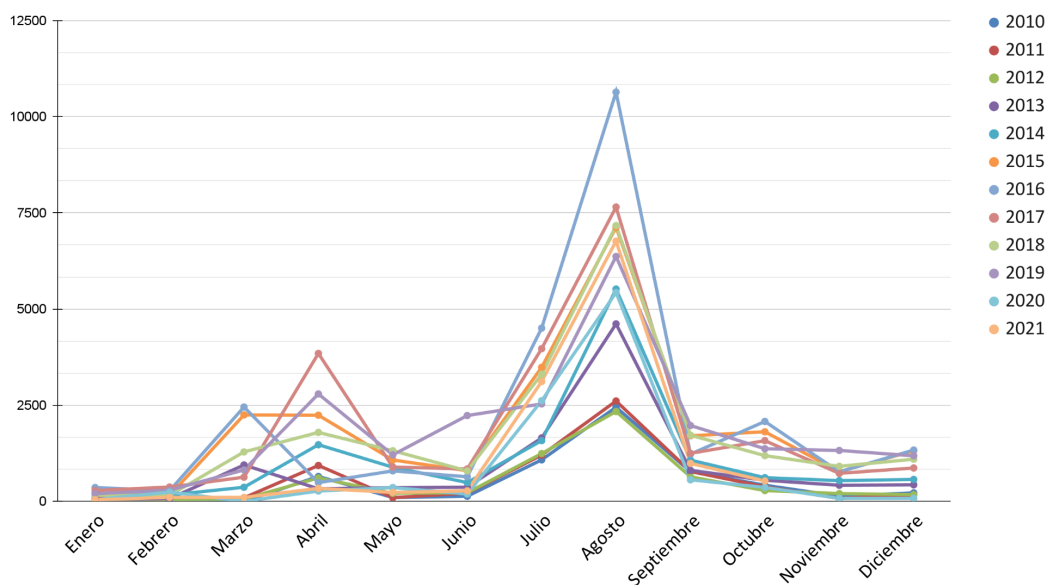


Gráfico 24: Datos visitantes mensual oficina de Elizondo (2010-2021) / Fuente: Planificación e Innovación de Navarra

Zugarramurdi. En el caso de Zugarramurdi también son los meses de verano cuando más visitantes recibe. En algunos casos triplicando los datos de periodos de temporada media. En este sentido, debemos señalar que desde el año 2017 la estacionalidad es mayor donde la afluencia fuera de los meses de verano ha ido decreciendo.

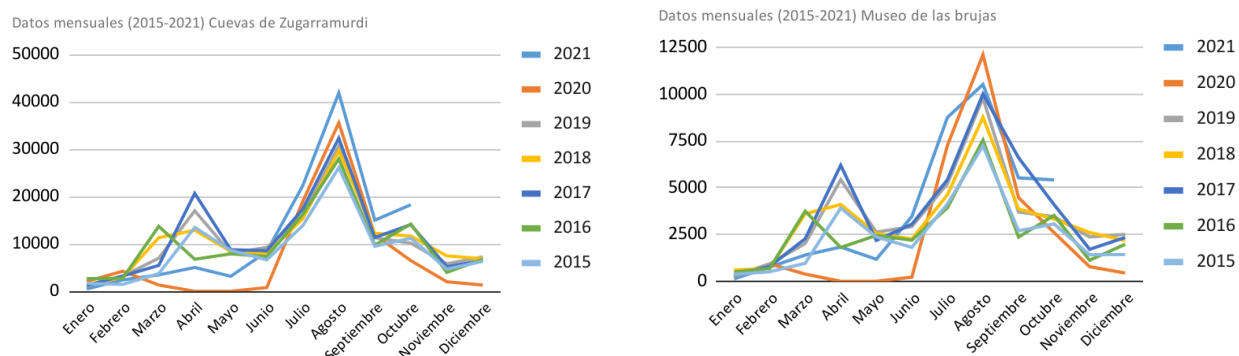


Gráfico 25-26: Datos visitantes mensual cuevas de Zugarramurdi y Museo de las Brujas (2015-2021) / Fuente: Planificación e Innovación de Navarra

Bertiz. Aunque siga demostrando una estacionalidad clara, Bertiz señala una realidad menos estacional que Elizondo y Zugarramurdi. En este aspecto se ve una diferencia de afluencia respecto a los otros recursos durante todo el año.

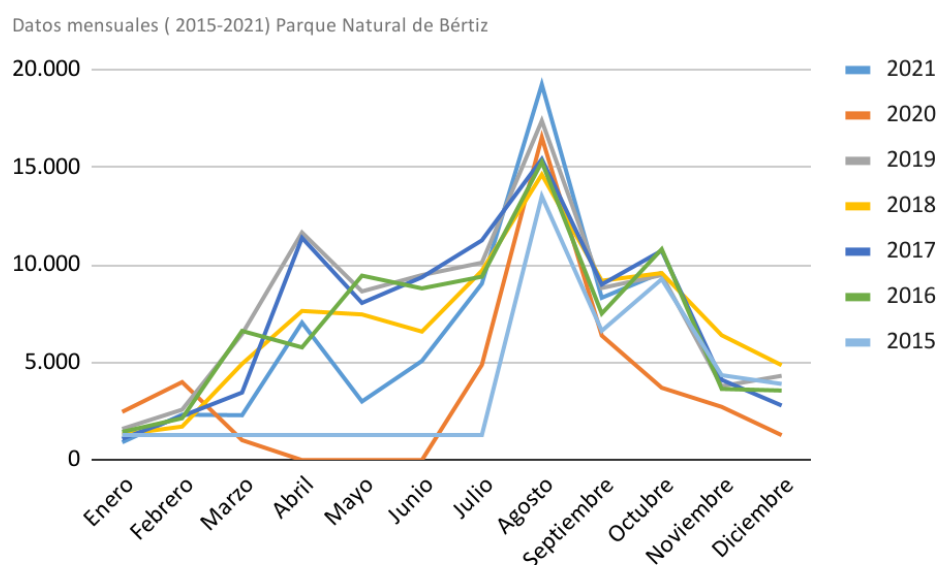


Gráfico 27: Datos visitantes mensual al Parque natural de Bertiz (2015-2021) / Fuente: Planificación e Innovación de Navarra

Amaiur. Según los datos del contador, la estacionalidad es clara también en el caso de Amaiur

Datos 2021 Contador Castillo Amaiur

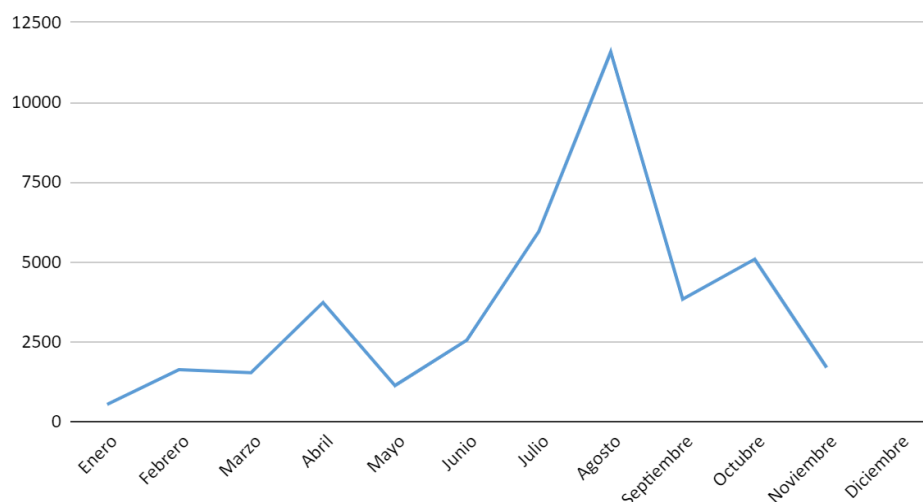


Gráfico 29: Datos visitantes mensual Castillo de Amaiur 2021 / Fuente: Planificación e Innovación de Navarra

Estacionalidad según procedencia	
Temporada	Procedencia
Fines de semana	País Vasco y Navarra
Semana Santa	País Vasco y Navarra / Cataluña y Madrid / Francia
Festivos	País Vasco y Navarra
Verano	País Vasco, Navarra, Cataluña, Madrid, Valencia, Francia

Tabla 16: Estacionalidad según la procedencia del visitante./Fuente: elaboración propia.

2.2.5. Perfil del visitante:

El siguiente apartado tiene como objetivo analizar el perfil de visitante de la UGET. Como hemos mencionado también con anterioridad no existe una homogeneidad en el sistema de recogida de datos por parte de las oficinas y puntos de información tampoco en este ámbito.

Para poder completar dicho apartado se han analizado diferentes estudios e informes desarrollados en los últimos años en la UGET. *Datos obtenidos en las oficinas y puntos de información de Elizondo, Etxalar, Bera, Ibarin.*

- “Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019” (2019, Meridiano Zero)
- Estudio afluencia turística de Xorroxin (2017, Meridiano Zero).
- Estudio cuantitativo y cualitativo del turismo actual en Amaur. Afluencia, perfil y gasto del visitante, estructura y sinergias de la visita y análisis de redes sociales, (2020, Meridiano Zero)
- Estudio de Alojamientos turísticos Baztan(2020, Bizibiziki)
- Plan Estratégico de Lesaka: encuestas realizadas a los establecimientos turísticos (2021, Ayuntamiento de Lesaka)

Tras el análisis de todas estas fuentes informativas, a continuación se recogen las principales claves o ideas generales sobre las características del visitante actual.

➤ Procedencia:

En cuanto a la procedencia de los visitantes se refiere, se identifica una procedencia común en todas las fuentes de las que se ha obtenido esta información. Aproximadamente el 93% de los/las visitantes que se acercan al territorio de la UGET-Baztan Bidasoa es nacional y un 7% internacional. En el caso de Navarra, según el observatorio turístico referente a los datos del 2021, el visitante nacional supondría un 88,24% frente al 11,76% que respondería al visitante internacional.

Es una tendencia clara si analizamos los datos en un periodo largo de tiempo. Debemos señalar que los datos actuales, en tema de visitantes internacionales, son los más bajos registrados hasta el momento.

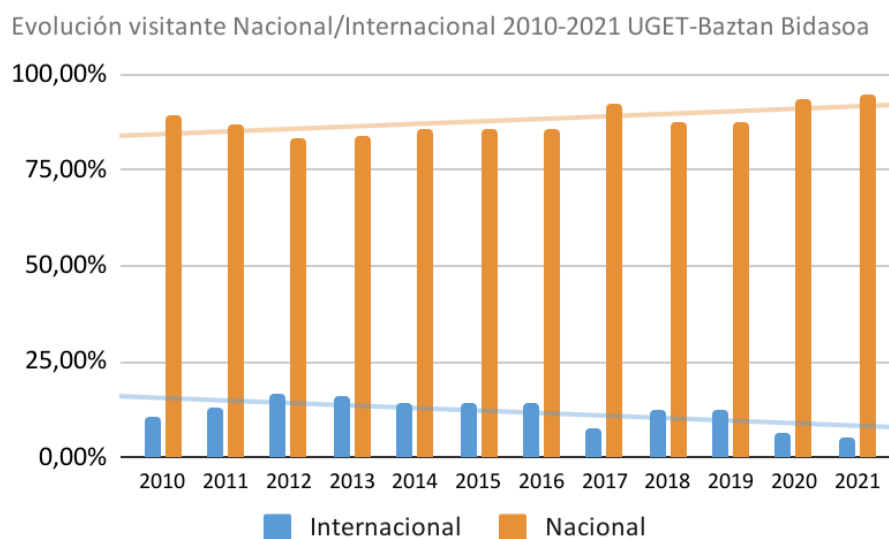


Gráfico 30: Datos evolución de visitantes nacionales e internacionales UGET 2010- 2021 / Fuente: Planificación e Innovación de Navarra

Este dato varía en función de la localización de la oficina o punto de información turística.

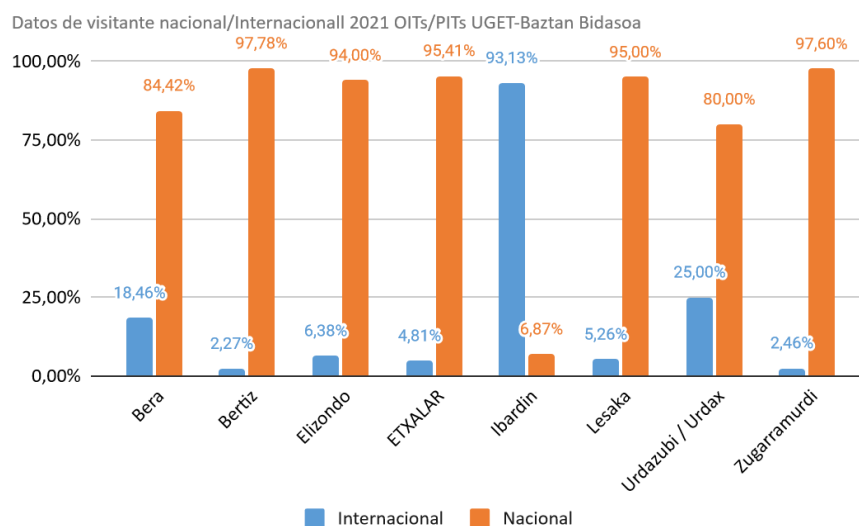


Gráfico 31: Datos visitantes nacionales e internacionales UGET 2021/ Fuente: Planificación e Innovación de Navarra

Es reseñable la tendencia de Ibañeta, donde los visitantes internacionales son claramente la mayoría 93%, situándose muy por encima del nacional. En las Oficinas de Bertiz, Urdax y Bera, el número de visitantes internacionales se sitúa cerca del 25%, cuya procedencia principal es francesa, y en una menor medida se aprecia también la afluencia de visitantes alemanes, holandeses e ingleses.

En el caso de la oficina de Zugarramurdi, exceptuando estos últimos 2 años (2020-2021), el porcentaje de visitante internacional se situaba en torno al 13%.

Entre los visitantes estatales, la mayoría son procedentes del País Vasco, (suponen el 30% de los visitantes nacionales, y destacan los procedentes de Gipuzkoa y Bizkaia) y visitantes de la propia comunidad foral (suponen un 25% de los visitantes nacionales). En los últimos años, se ha visto un aumento en el turismo de cercanía y esto se ha reflejado en los datos recogidos a partir del 2020.

La tercera comunidad autónoma en número de visitantes es Cataluña con un 20% de visitantes y por detrás le siguen, Madrid y Valencia.

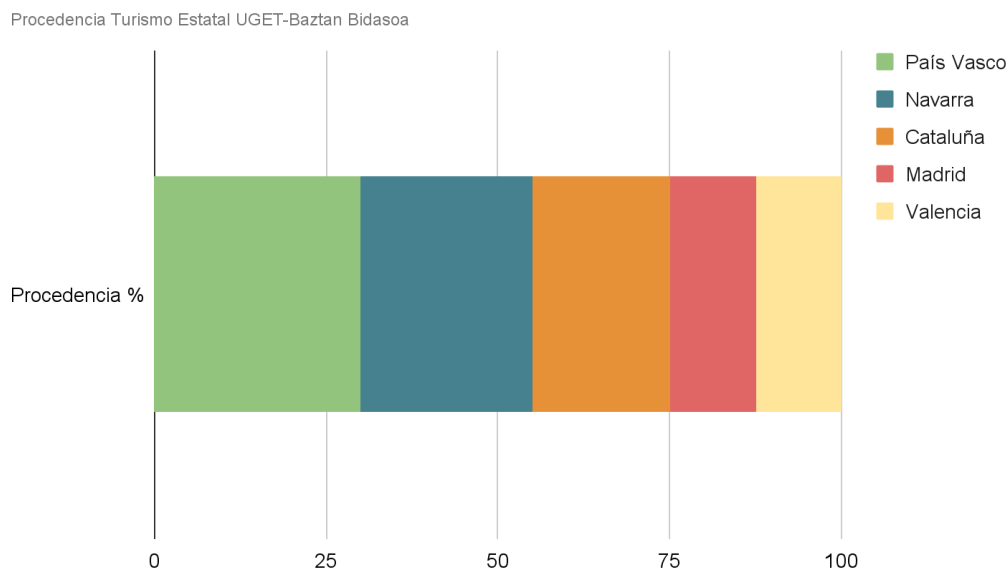


Gráfico 32: Datos Procedencia visitantes nacionales UGET 2021/ Fuente: Planificación e Innovación de Navarra

Referente a los datos de los visitantes internacionales, hay que destacar la presencia de turistas franceses, que principalmente visitan la zona durante la época estival y Semana Santa.

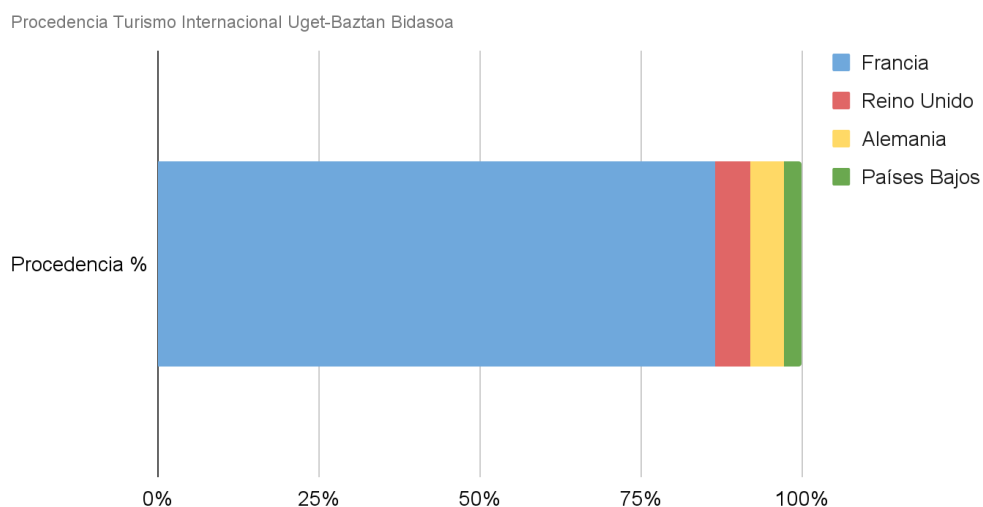


Gráfico 33: Datos Procedencia visitantes internacionales UGET 2021/ Fuente: Planificación e Innovación de Navarra

➤ Turistas y excursionistas:

Como ya se ha señalado con anterioridad, la falta de homogeneidad dificulta una lectura para obtener una visión realista del volumen de turistas y excursionistas en el destino. Concretamente no existen datos en los caso de Bortziriak o Malerreka y los datos obtenidos en el caso de Baztan y Bertizarana corresponden a informes puntuales ligados en todos los casos a recursos y períodos muy puntuales.

Años	Recurso	%
2017	Cascada de Xorroxin	77% turista 23% excursionista
2019	Parque Natural de Bertiz	90% turista 10% excursionista
2019	Cueva de Zugarramurdi	60% turista 40% excursionista
2020	Castillo de Amaur	60% turista 40% excursionista
2019	Navarra	73.79% turista 26.21% excursionista

Tabla 17: Porcentajes de turistas y excursionistas./Fuente: elaboración propia.

**En todos los casos se entiende como turista, los visitantes que pernoctan al menos una noche en la comunidad Foral de Navarra, fuera de su lugar de residencia habitual y excursionistas, aquellos visitantes pernoctando en su residencia habitual, es decir, visitantes de un día.*

Tal y como se ha identificado anteriormente, el perfil del visitante de cercanía es uno de los más importantes del territorio, por lo que podría ser un condicionante clave para el presente análisis. Concretamente los/las visitantes guipuzcoanos/as y navarros/as son los más presentes en la UGET.

Además, es aún más notable la presencia de excursionistas en recursos como la cueva de Zugarramurdi y el Castillo de Amaur, parte del circuito turístico principal de recursos visitables en un mismo día.

➤ Tipo de alojamiento:

Referente a la tipología de alojamiento que los/las visitantes escogen para pernoctar, se ha identificado diferencias analizando los datos referente a los informes realizados en los últimos años en los diferentes recursos turísticos de la UGET. Aunque a grandes rasgos podemos señalar lo siguiente: las casas rurales siguen siendo el principal establecimiento de pernoctación escogido por los turistas alrededor del 40% de las pernoctaciones. Hoteles, hostales/pensiones se presentan como la segunda opción más demandada con el 25%. Le siguen los campings con un 15%, casa propia o familiar alrededor del 9% , furgonetas 9% y albergues 2%.

En este sentido, el tipo de alojamiento puede ser un indicador para conocer los lugares de pernoctación dentro de Navarra, deduciendo que muchos visitantes que visitan los recursos se alojan en el mismo destino y por tanto consumen en el mismo. Puede ser un análisis a tener muy en cuenta a la hora de proponer cuestiones relacionadas con la masificación y las posibilidades de movilidad en el destino.

Por otra parte también, será un indicador muy ligado a la estancia media en el destino que como demuestran los datos del 2021 en el Observatorio de Turismo de Navarra la estancia media en el caso del turismo rural se sitúa entre los más altos (4,01 noches).

En relación a los resultados obtenidos de encuestas realizadas en la localidad de Amaiur respecto al tipo de alojamiento según procedencia, se señala lo siguiente (*Meridiano Zero*, 2020):

- *Los turistas de Barcelona, se alojan preferiblemente en casas rurales (36%), y a su vez, son los que más eligen alojarse en hoteles (21%) o en un apartamento turístico %).*
- *Bizkaia, elige también casa rural (42%), pero destaca un 12,5% que viaja en furgoneta o autocaravana (no en camping).*
- *La vecina Gipuzkoa, no es tan usuaria de casas rurales (12,50%), pero sí lo es de camping (31,2%) y de casas propias, de familiares o amigos (25%).*
- *En el caso de los turistas llegados desde Madrid, el 40% eligió alojarse en una casa rural y un 27% en un hostel o pensión.*

➤ Localidades de pernoctación:

Al igual que los visitantes se dispersan por toda la Comunidad Foral de Navarra para visitar muchas de sus localidades; los lugares que eligen para pernoctar también son muy diversos.

Lugar de pernoctación del visitante por localidad (2019)

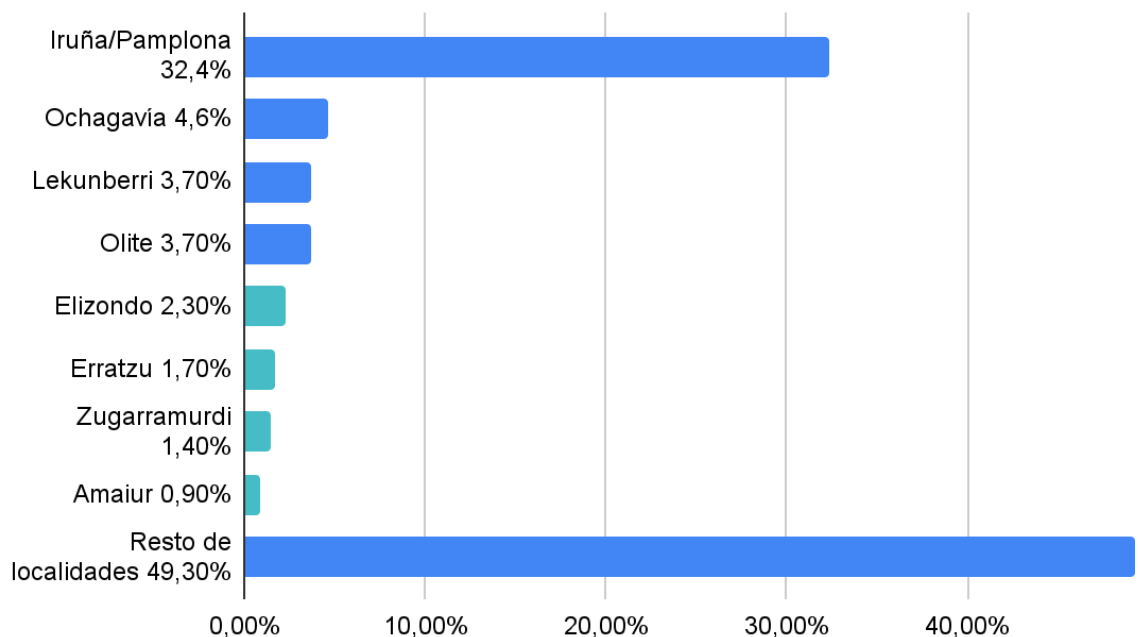


Gráfico 34: Lugar de pernoctación del visitante por localidad (2019)/ Fuente: Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019. Meridiano Zero.

Es Pamplona, la que por su extensión y oferta concentra mayor número de pernoctaciones; con un 32,4% del total. Cabe destacar, que Elizondo ocupa el cuarto lugar de lugares más recurrentes por los visitantes para pernoctar a nivel de Navarra. Erratzu, Zugarramurdi y Amaiur también se posicionan como destinos favoritos.

Si centramos el análisis al destino UGET-Baztan Bidasoa, Baztan se presenta como lugar de pernoctación principal, alrededor del 70% con gran dependencia a Baztangoiza como cuartel principal de pernoctación en el destino y con mucha diferencia al mismo tiempo con las demás comarcas que conforman la UGET.

➤ Localidades visitadas dentro de la UGET- Baztan Bidasoa:

La intención de visitar la UGET-Baztan Bidasoa es una de las características principales que caracteriza al visitante que elige Navarra como destino. El 40,5% del cómputo total de visitantes afirma querer visitar la UGET-Baztan Bidasoa en algún momento de su viaje.

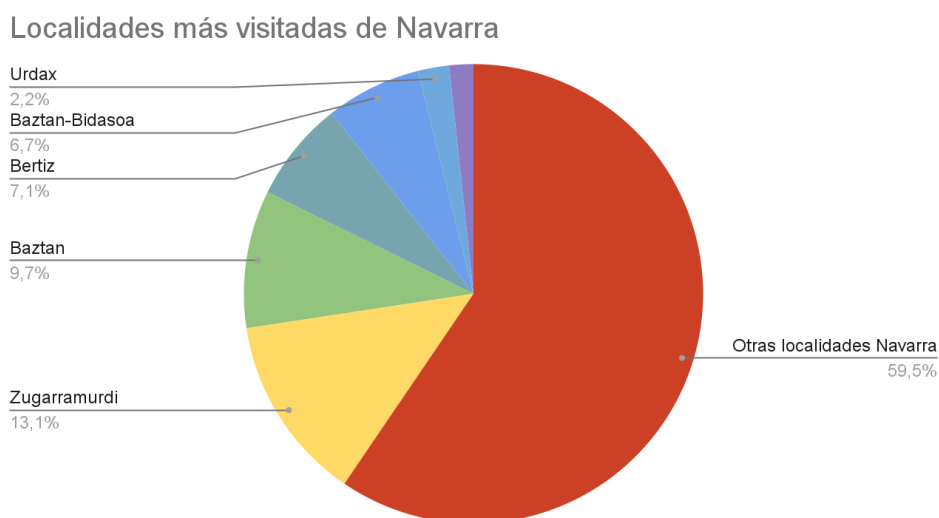


Gráfico 37: Localidades visitadas durante la estancia en Navarra. Fuente: "Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019", Observatorio Turístico de Navarra, 2019.

Son 5 las localidades que más afluencia de visitantes reciben dentro de la UGET-Baztan Bidasoa: Zugarramurdi, Baztan, Bertiz, Urdazubi-Urdax y Elizondo. Amaiur, Elizondo, Erratzu/Xorroxin, Señorío de Bertiz y Ziga son también lugares muy frecuentados. Según el Estudio cuantitativo y cualitativo del turismo actual de Maya / Amaiur (Meridiano Zero, 2020), el 8% de los encuestados, además de visitar Amaiur, visita también el Museo Santxotena. 6 de cada 10 excursionistas de Amaiur combinan la visita en el día con Elizondo y casi 2 de cada 10 visitan en el mismo día Erratzu y/o el paseo hasta Xorroxin.

Estos datos muestran una clara estructuración de la visita, la **configuración de un circuito turístico general dentro de la UGET**, que sin duda es importante tener en cuenta a la hora de establecer líneas de trabajo y actuación en materia de planificación y creación de producto.

➤ Estancia media:

Si bien no existen datos que hagan referencia al conjunto del destino en referencia a la estancia media de los turistas, existen ciertos datos que pueden servir de muestra para extraer conclusiones.

Como referencia general, la estancia media en alojamientos rurales en el conjunto de Navarra (encuesta de ocupación en alojamientos rurales, INE 2017-2021) se sitúa en una media de casi 4 noches en el año 2021. Se trata de una media que ha ido en constante progresión ascendente los últimos años.

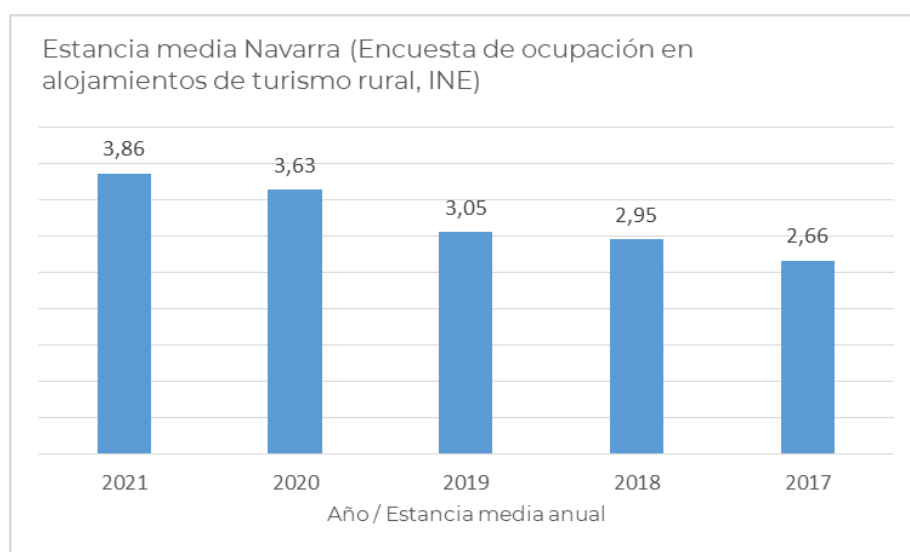


Gráfico 35: Estancia media Navarra (2017-2021)/Fuente: Encuesta de ocupación en alojamientos rurales. Instituto Nacional de Estadística (INE).

Según el “Informe del perfil del visitante en temporada alta 2019” (Observatorio Turístico de Navarra) la estancia media es de 4,5 noches. Sin embargo, en dicho informe se matiza que la opción más frecuente son estancias de 2 y 3 noches (38% de los turistas), lo que se denominan “escapadas”, o quizá viajeros multi-destino que pernoctan en Navarra unos días. Gran parte de estos turistas son de territorios cercanos, de comunidades limítrofes, que optan por realizar escapadas de fin de semana a la zona.

Durante la temporada alta, sí que se aprecia un aumento de la estancia media (hecho muy vinculado a la obligatoriedad de reservas mínimas de una semana que exigen muchos establecimientos hoteleros, como casas rurales o apartamentos turísticos del territorio).

➤ Tipología de grupo. ¿Con quién viajan?:

El perfil prioritario que se identifica en todas las fuentes de información son las **familias**, aproximadamente un 50%, y resulta más relevante aún en varios de los puntos de información turísticos analizados, que al estar relacionados con un recurso en concreto, se convierten en una visita obligada para este perfil de visitante (Zugarramurdi, Bertiz, Elizondo...). En general, son familias jóvenes con hijos (30-40 años aproximadamente).

Las **parejas** son otro grupo bastante relevante a la hora de analizar el perfil del visitante de la UGET-Baztan Bidasoa. En los últimos años, el número de parejas que ha visitado la zona ha ido aumentando hasta llegar a ser aproximadamente el 30% de los visitantes. No se identifica ninguna edad en concreto.

Y por último, como grupo relevante se encuentran los **grupos de amigos/as**, diferentes núcleos familiares que se juntan.



Gráfico 36: Elaboración propia, basada en una media de los datos recopilados en las diferentes fuentes de información.

En este contexto, hay que destacar la diferencia identificada en términos de grupo medio de visitantes. En informes relacionados con recursos naturales (*“Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019 y en el Estudio afluencia turística de Xorroxin”, Meridiano Zero, 2017 y 2020*) el grupo medio es de 4,36-5 personas, mayor que en otros relacionados por ejemplo con visitas culturales donde el grupo medio se sitúa en 3,3 personas de media (*“Estudio cuantitativo y cualitativo del turismo actual en Maya / Amaiur”, Meridiano Zero, 2020*).

“

Visitar “el Norte” sigue siendo la principal motivación.

”

➤ Motivación de la visita:

Las principales motivaciones para visitar el territorio de la UGET-Baztan Bidasoa son, el atractivo del paisaje natural como el paisaje urbano y la tranquilidad que se respira. Además, la gastronomía y la cultura del destino también son razones por las que vienen por primera o vuelven a visitarla por segunda o más veces.

En el caso de Baztan, desde la oficina de turismo de Elizondo se ha identificado un cambio en la motivación y el perfil del turista a partir de la publicación de la novela de Dolores Redondo “El guardián invisible”. Antes de la publicación, las motivaciones principales eran las de conocer el entorno, la naturaleza, el paisaje, cultura, tradiciones, fiestas, el idioma, etc. Sin embargo, tras la publicación del fenómeno literario, se ha sumado un nuevo perfil de visitante que ya no muestran tanto interés por la cultura, el paisaje o la naturaleza: lo hacen únicamente si su presencia es reseñable en los libros de “El guardián invisible”.

➤ Gasto medio:

Como en los casos anteriores para el presente análisis se han analizado los informes realizados hasta el momento referentes al destino. De esta manera, se ha analizado el gasto teniendo en cuenta turistas y excursionistas en el destino.

- Gasto excursionista:

Informe/año	Realizan gasto		Gasto medio Persona/día
	SÍ	NO	
2017/ Estudio cuantitativo y cualitativo de la actividad turística en la Cascada de Xorroxin.	63%	37%	26,21€*
2019/ Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019 (Bertiz)	-	-	28,80€
2019/ Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019 (Zugarramurdi)	-	-	28,80€
2020/ Estudio cuantitativo y cualitativo del turismo actual en Maya/Amaiur. Afluencia, perfil y gasto del visitante, estructura y sinergias de la visita y análisis de redes sociales. 2020	91,9%	8.1%	29,07€*

Tabla 18: Gasto medio realizado por excursionista/día./Fuente: Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019. Observatorio Turístico de Navarra. Meridiano Zero. Elaboración propia.

* El dato de gasto medio se calcula en base al dato total de excursionistas encuestados.

Según los diferentes informes podemos señalar que el gasto por excursionista presenta una tendencia al alza, aunque puede haber factores como la tipología de recurso o de grupo afecten al gasto. Como por ejemplo en el caso de Xorroxin o Amaiur donde la intención de gasto es muy diferente en los dos casos, pero que también responden a tipologías diferentes. En este sentido, incorporando los datos ofrecidos desde

Zugarramurdi o Bertiz se deduce que el gasto está más ligado a la oferta y no tanto a la tipología de grupo.

Si analizamos la procedencia de los **excursionistas**, concretamente se trata de excursionistas nacionales (parejas) los que señalan que gastan más en el destino. No hay que olvidar la gran presencia de excursionistas de cercanía, Comunidad Autónoma del País Vasco o Pirineos Atlánticos, que implican factores que inciden directamente en el gasto. En el caso del excursionista internacional presenta niveles más bajos en cuanto a gasto (sobre todo se identifica en personas que viajan solas en solitario o en grupos).

En el caso de los **turistas** el gasto medio incluye alojamiento, gasolina, bares, restaurantes, compras y entradas.

Informe/año	Gasto medio Persona/día
2017/ Estudio cuantitativo y cualitativo de la actividad turística en la Cascada de Xorroxin.	52,79€
2019/Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019 (Bertiz)	76,66€
2019/ Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019 (Zugarramurdi)	76,66€
2020/Estudio cuantitativo y cualitativo del turismo actual en Maya/Amaiur. Afluencia, perfil y gasto del visitante, estructura y sinergias de la visita y análisis de redes sociales. 2020	68,03€

Tabla 19: Gasto medio realizado por los turistas./Fuente: Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019. Observatorio Turístico de Navarra. Meridiano Zero. Elaboración propia.

En referencia al gasto medio realizado por persona/día, se aprecia también una tendencia al alza; aunque cabe destacar que dicho gasto se ha visto reducido en el último año. La disminución del gasto se ha podido ver afectado a consecuencia de la irrupción de la pandemia y las restricciones establecidas; tanto en movilidad como aforos.

Al igual que en el caso de los excursionistas, el gasto realizado tanto en Xorroxin como en Amaiur, puede estar ligado a la tipología del recurso y la oferta.

En cuanto al gasto realizado según la procedencia del turista, tanto en Bertiz como en Zugarramurdi, se aprecia que el turista de procedencia nacional realiza un mayor gasto (77,55€) frente al gasto realizado por el turista internacional (73,24€).

Por otro lado, el gasto del turista, varía considerablemente en función del tipo de alojamiento en el que se alojan.

Informe/año	2017/ Estudio cuantitativo y cualitativo de la actividad turística en la Cascada de Xorroxin.	2019/Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019 (Bertiz)	2019/ Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019 (Zugarramurdi)	2020/Estudio cuantitativo y cualitativo del turismo actual en Maya/Amaiur. Afluencia, perfil y gasto del visitante, estructura y sinergias de la visita y análisis de redes sociales. 2020
Tipo de Alojamiento				
Hotel/hostal/pensión	79,02€	97,53€	97,53€	72,27€
Casa/apto. rural	71,34€	67,65€	67,65€	56,47€
Camping/albergue	37,65€	46,24€	46,24€	37,40€
Casa propia/familiares/amigos	26,40€	37,29€	37,29€	16,87€
Otros (furgoneta, autocaravana)	22,49€	36,31€	36,31€	28,45€

Tabla 20: Gasto medio realizado en función del tipo de alojamiento./Fuente: Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019. Observatorio Turístico de Navarra. Meridiano Zero. Elaboración propia.

Según los datos obtenidos en diferentes fuentes, el gasto del turista en relación al tipo de alojamiento también ha sufrido un incremento al alza; viéndose reducido también en el año 2020.

Los hoteles, hostales y pensiones son lo que lideran el gasto, seguidos de las casas rurales y los apartamentos rurales. Los campings, albergues, casas particulares y furgonetas y autocaravanas son las opciones en las que el turista realiza un menor gasto.

Las evidencias de diferencia entre el gasto realizado por el turista en un tipo de alojamiento y otro pueden darse debido a la estancia media registrada en cada zona; es el caso de Zugarramurdi donde la estancia media es mayor. Por ello, y en consecuencia, el gasto realizado por el turista en lugares con una mayor estancia media, el gasto es mayor. Por contra, en zonas donde la estancia media es inferior, el gasto realizado se ve reducido.

GASTO MEDIO			
	AMAIUR	XORROXIN	NAVARRA 2019 temporada alta
TURISTA	52,79€	68,03€**	76,66€
EXCURSIONISTA	29,07€*	26,21€*	28,80€

Tabla 21: Comparativa del gasto medio realizado en Amaiur y Xorroxin respecto a Navarra./Fuente: Perfil del visitante turístico en temporada alta 2019. Observatorio Turístico de Navarra. Meridiano Zero. Elaboración propia.

* El dato de gasto medio se calcula en base al dato total de excursionistas encuestados.

** El gasto medio de los turistas alojados en establecimientos turísticos.

➤ Frecuencia de la visita:

En cuanto a la frecuencia de visitas se refiere, atendiendo a los datos registrados en los puntos turísticos de Amaiur, Bertiz y Zugarramurdi (*Perfil del visitante turístico en temporada alta*, 2019, Meridiano Zero), se identifica que casi la mitad de los visitantes deciden conocer el destino por primera vez (el 47%); y la otra mitad de los visitantes son repetidores (53%, segundas visitas o más). Dentro de los visitantes que deciden volver una segunda vez, 4 de cada 10 lo hace varias veces a lo largo del año; ya sea aprovechando los puentes y festivos, época estival o Semana Santa.

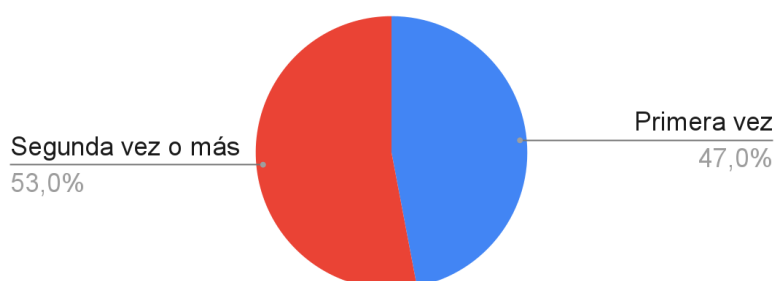


Gráfico 38: Frecuencia de la visita. Perfil del visitante turístico 2019, Amaiur, Bertiz, Zugarramurdi (Meridiano Zero).

En el caso particular de Amaiur, es mayor el número de primeras visitas (56,7%) que en los otros dos puntos, por lo que probablemente sean visitantes nuevos de Baztan también. Por otro lado, si bien no se han obtenido cifras cuantitativas, en las entrevistas personales y en los intercambios de información realizados con diferentes agentes gestores de la UGET, se ha puesto de relieve la gran cantidad de visitantes que decide repetir. Es el caso de Bera o Etxalar por ejemplo. En el caso de Etxalar, se especifica que son generalmente las familias las que deciden repetir tanto la visita a la localidad como al alojamiento.

En consecuencia, se hace palpable la idea de que la UGET-Baztan Bidasoa es a día de hoy un destino consolidado y en fase de madurez, al cual la mayoría de sus visitantes decide volver por segunda vez tras un periodo de tiempo.

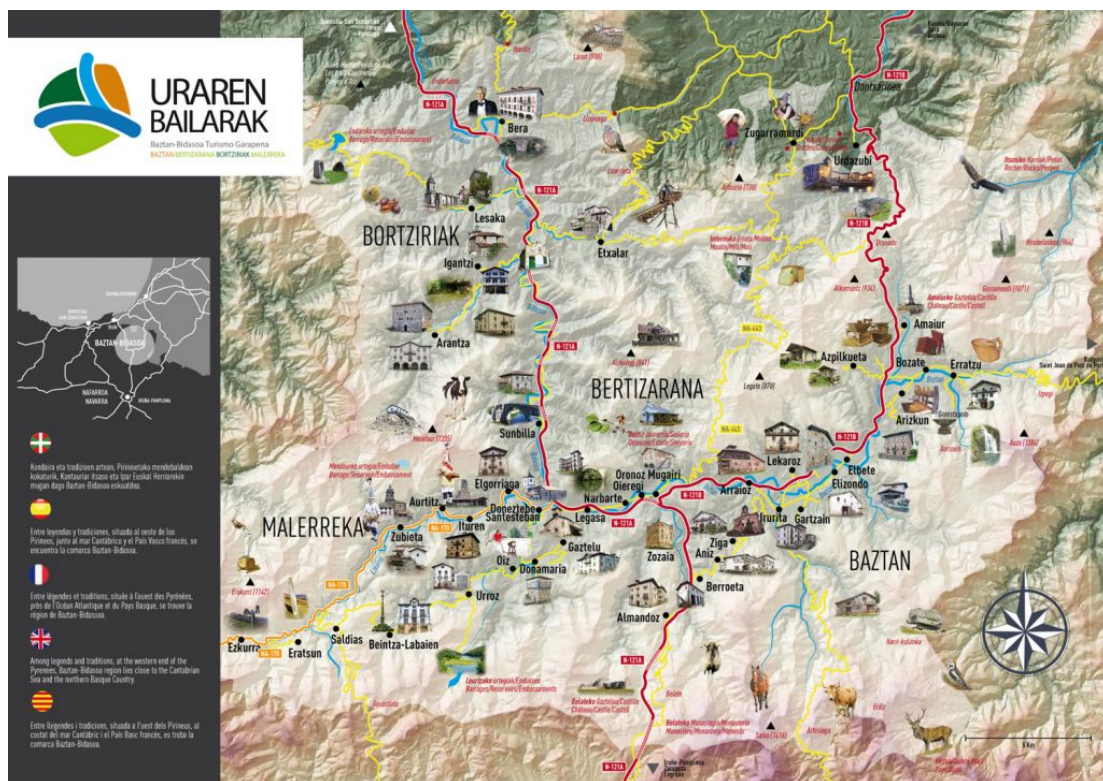
2.3. Análisis de los recursos turísticos.

Las diferentes comarcas que conforman la Unidad de Gestión del Espacio Turístico Bidasoa-Baztan, cuentan con un patrimonio variado y con elementos muy definitorios que suscitan una motivación por parte de los y las visitantes para consumirlos. En este apartado, se ha realizado una catalogación de los principales recursos turísticos existentes en estas comarcas (no se han incluido elementos patrimoniales que, si bien tienen cierto potencial turístico, en la actualidad apenas han sido intervenidos para ser destinados a la actividad turística). Para ello, se ha completado una ficha por cada uno de estos recursos (ver ANEXO 1), donde se analizan en detalle los diferentes elementos de catalogación.

LISTADO DE RECURSOS TURÍSTICOS ANALIZADOS					
1	Balneario Elgorriaga	25	Área de autocaravanas Otsondo	50	Red de senderos Urdazubi-Urdax
2	Jauregizarrea Arraioz	26	Aparcamiento de Erratzu	51	Cueva de Zugarramurdi
3	Palacio de Ursúa	27	Monolito y Castillo de Amaiur	52	Área de autocaravanas de Ordoki (Arizkun)
4	Torre Dorrea o Jaureguizarrea (Irurita)	28	Museo de Amaiur	53	Área de autocaravanas Parking Venta de San Blas
5	"Infernuko errota" o Molino del infierno	29	Carnaval de Arizkun	54	Piscinas municipales Donamaria
6	Parque-Museo Santxorena	30	Ayuntamiento de Bera	55	Piscinas municipales Doneztebe-Santesteban
7	Palacio de Azpilikueta	31	Palomeras de Etxalar	56	Piscinas municipales Etxalar
8	Casas y palacios de Elizondo	32	Euskara	57	Piscinas municipales Igantzi
9	Casa Itzea	33	Deportes rurales. Laxoa	58	Piscinas municipales Lesaka
10	Torre de Donamaría	34	Estación megalítica de Agiña	59	Agotes
11	Torre de Zabaleta y Torre Mindurinea	35	Carnaval de Lesaka	60	Red de senderos Uraren Bailarak
12	Queserías	36	Molino de Zubieta	61	Red de senderos de Lesaka
13	Patelerías	37	Carnaval de Zubieta-Ituren	62	Cueva de Ikaburu
14	Artesanía	38	Museo de las Brujas	63	La trilogía de Baztan

15	Piscinas municipales Sunbilla	39	Collado de Gorramendi	64	Camino de Santiago
16	Piscinas municipales Bera	40	Mirador de Baztan	65	Fiestas y tradiciones
17	Productos locales	41	Reserva Natural Irubelakaskoa (Alkaxuri)	66	Cascos históricos de los pueblos
18	Molino de Amaiur	42	Cascada de Xorroxin	67	Monasterio San Salvador de Urdax
19	Molino de Urdazubi-Urdax	43	Embalses de Leurtza	68	Museo de Ornamentos litúrgicos
20	Cueva de Lezealde	44	Rurta del agua - Uraren bidea	69	Mitología y Brujería
21	Parque Natural de Bertiz	45	Vía Verde del Bidasoa-Ederbidea	70	Paisaje verde, valles y montaña
22	Embalse de Endara-San Antón	46	Mirador de Frain		
23	Piscinas municipales Elizondo	47	Reserva Natural de San Juan Xar		
24	Aparcamiento de Amaiur	48	Embalse de Domiko		

Tabla 22: Listado de los recursos turísticos de la UGET-Baztan Bidasoa. Elaboración propia.



En este sentido, en las siguientes líneas se recogen las conclusiones y valoraciones en relación a dichos recursos analizados.

2.3.1. Tipología de recursos turísticos.

Casi la mitad de los recursos analizados corresponden a patrimonio histórico-cultural (el 47,1%), una variedad de recursos arquitectónicos, museísticos, así como una fuerte presencia de recursos vinculados al folclore y las tradiciones.

En cuanto a los recursos naturales, que representan un tercio (el 28%) del total, se han identificado lugares y enclaves naturales de gran valor y representatividad dentro del contexto turístico. Destacan las cuevas de Zugarramurdi y Urdazubi-Urdax, así como el Parque Natural de Bertiz o la Vía Verde del Bidasoa-Ederbidea.

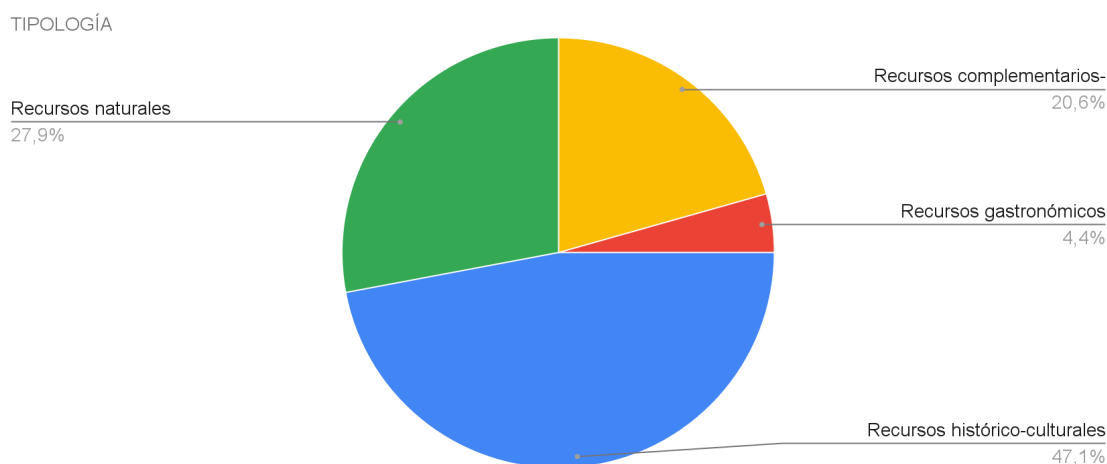


Gráfico 39: Tipologías de recursos turísticos UGET- Baztan Bidasoa (elaboración propia).

Es interesante detenerse en las características de los recursos histórico culturales, pues gran parte de ellos corresponden a expresiones culturales materiales o inmateriales, tradiciones o fiestas propias de las zonas del Baztan y las comarcas del Bidasoa. Carnavales como los de Zubieta e Ituren; la artesanía local; la mitología y la brujería, creencias y supersticiones tan arraigadas en la zona; los deportes rurales, donde destaca la modalidad de *laxoa*; o el euskera. En este sentido, se pone de manifiesto la realidad lingüística de las comarcas del Baztan, Malerreka, Bortziriak/Cinco Villas, Zugarramurdi y Urdazubi-Urdax, la importancia y singularidad de este patrimonio cultural respecto de otras comarcas y zonas del territorio navarro.

Recursos histórico culturales - Subtipologías

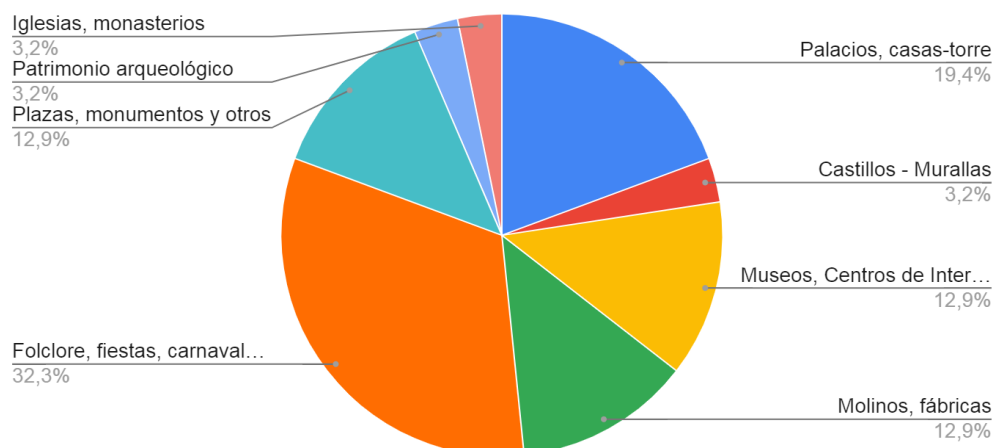


Gráfico 40: Sub Tipologías de recursos histórico-culturales, UGET-Bidasoa Baztan (elaboración propia).

2.3.2. Ubicación.

Casi el 40% de los recursos identificados se sitúan en alguna de las localidades que conforman el valle de Baztan. Además de tratarse del territorio más extenso, cuenta con puntos de atracción turística de referencia y muy consolidados, tales como: la cascada de Xorroxin en Erratzu, Amaiur, Infernuko errota (Lekaroz) o Elizondo.

Ubicación recursos turísticos (localidad)

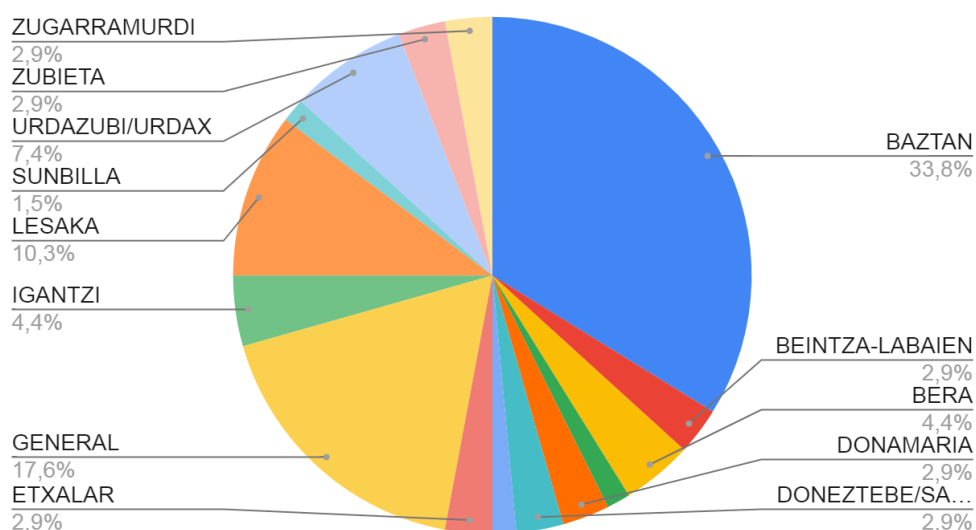


Gráfico 41: Ubicación por localidad de los principales recursos turísticos. Elaboración propia.

En la clasificación por localidades se ha añadido la opción *general* para aquellos recursos que por su extensión o por su vinculación con todo el territorio, no corresponden a ninguna localidad en particular. Es el caso de:

- Vía Verde del Bidasoa-Ederbidea
- *Euskara*
- *Deportes rurales. Laxoa*
- *Productos locales (gastronomía)*
- *Queserías*
- *Pastelerías*
- *Artesanía*
- *Red de senderos Uraren Bailarak*
- ***Fiestas y tradiciones***
- ***Cascos históricos de los pueblos (arquitectura tradicional)***
- ***Paisaje verde, valles, montaña y clima***

RECURSOS BÁSICOS - REFERENCIALES

El valor y la potencialidad de estos tres recursos de ámbito general constituyen el atractivo y reclamo principal de la UGET-Baztan Bidasoa. Se trata de los elementos que más identifican los visitantes, forman parte del núcleo del imaginario colectivo respecto a estas comarcas y valles. Y es que, las tradiciones locales, la arquitectura tradicional y la configuración de los pueblos, junto con el paisaje verde y montañoso y el clima húmedo y fresco, constituyen la puerta de entrada al destino, la primera referencia que da paso a los demás recursos y atractivos que forman parte del contexto turístico. Estos atributos han sido especialmente recalcados en las diferentes reuniones participativas, en las entrevistas a agentes locales, así como en los informes sobre el perfil del visitante realizados hasta el momento.

Estos elementos se desarrollan con más detalle en el apartado sobre el posicionamiento del destino turístico (apartado 3).

2.3.3. Jerarquía.

Con el objetivo de obtener una visión más categorizada respecto al inventario de recursos turísticos, determinando el potencial de atracción turística y las características singulares. Para ello, se ha establecido un rango de puntuación del 0 al 3.

Puntuación:

3: Recurso con características excepcionales, capaz por sí sólo de atraer visitantes.

2: Recurso con características excepcionales, capaz en conjunto con otros recursos de atraer visitantes.

1: Recurso con alguna característica notable, que es capaz de atraer a visitantes que ya han viajado al destino por otras motivaciones.

0: Recurso que no tiene capacidad suficiente para estar en alguno de los niveles anteriores.

Jerarquía - Valoración de los recursos turísticos

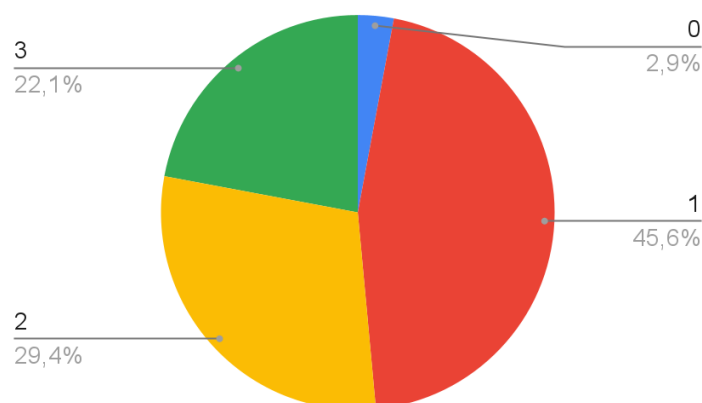


Gráfico 42: Jerarquía-valoración de los recursos turísticos. Elaboración propia.

El alto número de recursos valorados con una puntuación de 1 y 2, indica que existe un grado importante de potencial de desarrollo, unos recursos en torno a los cuales se pueden plantear medidas de acondicionamiento y reforzamiento para el uso turístico profesionalizado. Muchos de estos recursos corresponden a recursos complementarios o equipamientos que ofrecen servicios dentro del contexto turístico, o algunos recursos histórico-culturales que por el momento no han tenido un desarrollo o intervención turística específica o que resultan ser recursos con una capacidad de atracción limitada.

Por otro lado, se han identificado un 23,5% de recursos que poseen características singulares, capaces por sí solos de atraer a visitantes. Se trata principalmente de elementos que ponen en valor la identidad de estas comarcas y de recursos con un alto grado de desarrollo turístico y que actualmente están muy integrados en la principal oferta turística de la zona (cuevas de Zugarramurdi-Urdax, la cascada de Xorroxin o las casas y palacios de Elizondo).

2.3.4. Nivel de protección y fragilidad de los recursos naturales/culturales.

Navarra es una región que cuenta con una variedad de espacios naturales con un alto valor ecológico y paisajístico, con un alto número de espacios naturales protegidos. Es el caso de la UGET , donde se identifican recursos naturales como el Parque Natural de Bertiz, las reservas naturales de San Juan Xar e Irubelakaskoa (Alkaxuri), las cuevas de Zugarramurdi-Urdax-Lezealde, el collado de Gorramendi con un importante patrimonio megalítico, o los embalses de Leurtza y Domiko.

Si bien no todos estos recursos han sido intervenidos o desarrollados al mismo nivel desde el punto de vista turístico, es importante poner de relieve la importancia de establecer y coordinar mecanismos de protección y de manejo de la actividad turística en todos ellos. Pues, en su conjunto, los recursos naturales constituyen un elemento clave complementario a los recursos culturales que tanto destacan en estas comarcas. En el actual Plan Estratégico de Turismo de Navarra 2017-2015 se pone de manifiesto, dentro de los criterios de actuación relativos al segmento de turismo rural y de naturaleza, la necesidad de:

Reforzar los cauces de cooperación interadministrativa que posibiliten un mejor aprovechamiento de los recursos básicos (espacios protegidos, patrimonio, etc.) así como la homogeneización de aspectos relacionado con el uso público y disfrute de estos recursos, sobre cuales recae buen a parte de las actividades de turismo rural y de naturaleza. En la misma línea, es necesario favorecer la complementariedad con otros segmentos turísticos y actividades productivas para enriquecer y diversificar las potencialidades del turismo rural y de naturaleza.

Asimismo, es importante destacar el papel del paisaje en la configuración de la experiencia del turista y en la consecución de niveles deseables de satisfacción. Por este motivo, y teniendo en cuenta el factor tan determinante que constituye el paisaje en el contexto de la UGET-Baztan Bidasoa es preciso que desde las administraciones públicas competentes se establezcan criterios de gestión del paisaje desde el punto de vista turístico.

Si bien no se ha realizado un estudio pormenorizado del nivel de protección de los recursos culturales, a grandes rasgos, se puede afirmar que se trata de un patrimonio histórico-artístico de gran valor. Destacan Bienes de Interés Cultural como Jauregizarrea Arraioz, el Palacio de Ursúa, la Torre Dorrea de Irurita o la Torre de Donamaria. Asimismo, el centro urbano de Elizondo concentra una gran cantidad de bienes patrimoniales.

2.3.5. Titularidad y entes gestores.

Alrededor del 65% de los recursos turísticos analizados son de titularidad pública y su gestión también se realiza desde el ámbito público.

En cuanto a los recursos de titularidad pública pero de gestión privada, destacan los molinos de Amaïur (gestionado a través de un contrato de explotación a una familia), el molino de Urdazubi-Urdax (gestionado por la empresa Otxondo Evenements), la cueva de Lezealde (gestionada por la empresa de actividades Orbelá) y la dirección del Parque Natural “Señorío de Bertiz” (gestionada a través de una adjudicación tras una licitación actualmente en curso). En el caso del molino de Amaïur (y la casa rural homónima), éste no se incluye en el modelo de gestión actual de los demás recursos de la localidad, dado que se encuentran en explotación por parte de un gestor privado. Sí se considera su inserción en el modelo una vez termine el contrato de gestión actual entre el Ayuntamiento de Baztan y el adjudicatario (Plan de viabilidad y modelos de gestión de los recursos turísticos públicos de Amaïur, noviembre 2020, Kaizen).

“
6 de cada 10
recursos son de
titularidad y
gestión pública.”

2.3.6. Relación con productos turísticos.

Los recursos culturales son los que más desarrollo turístico presentan si se tienen en cuenta el número de productos turísticos vinculados. Sobre todo los relacionados con las tradiciones, además los lugares turísticos o el patrimonio arquitectónico, así como con el patrimonio gastronómico y natural también son recursos que se presentan en los diferentes productos turísticos disponibles en el territorio.

“
La mayoría de
productos turísticos
asociados a los
recursos son visitas
guiadas.”

Así mismo, se puede identificar que la mayoría de los productos turísticos vinculados a estos recursos son visitas guiadas; las cuales se realizan de forma general en torno al propio recurso, con una duración aproximada de entre 30 y 60 minutos y dirigidas a todas las edades. En su gran mayoría y debido a la situación sanitaria actual a causa del Covid19, las visitas necesitan de una reserva previa por parte del visitante para su correcta ejecución y bajo pago de un precio medio de cinco euros por persona.

Por otro lado, se señalan los recursos como las cuevas de Zugarramurdi (siendo este, en sí mismo, el segundo lugar más visitado de toda Navarra) y Urdazubi- Urdax, el Parque de Bertiz, o Amaiur en el que el propio recurso es el producto en sí. Ya que como se ha podido mencionar previamente, dichos recursos presentan una gran relevancia y características únicas; convirtiendo el propio recurso en el producto turístico.

En cierto modo, y con razón de que algunos de los recursos turísticos de la UGET - Baztan Bidasoa tengan un gran valor, representatividad y al estar muy integrados en la zona, la masificación en algunos de ellos ya supone un problema; el cual afecta directamente a la gestión, mantenimiento, deterioro y degradación del propio recurso.

2.3.7. Problemas de masificación en determinados recursos turísticos.

Los problemas de masificación en algunos de los recursos turísticos de la UGET - Baztan Bidasoa son palpables en la actualidad.

Se identifica esta problemática, mediante datos e información obtenidos desde las Oficinas de Turismo y las entrevistas realizadas con agentes locales y, concretamente, surgen en torno a la cascada de Xorroxin, Amaiur y el embalse de Leurtza (este último con un incremento de visitantes notable durante la pandemia). En estos puntos se ha visto la necesidad de monitorizar los flujos de personas mediante la instalación de contadores (en los accesos a la cascada de Xorroxin y al Castillo de Amaiur) para poder así cuantificar el impacto y dar solución a los problemas existentes diseñando acciones y protocolos de acceso. En el caso del embalse de Leurtza, se ha regulado el acceso a través del portal web gestionado y coordinado por la Red Explora.

2.3.7.1. Datos de los contadores

A continuación se muestran dos gráficos en los que se representa el total de entradas y salidas de turistas tras la implementación de las herramientas de monitorización de flujos de turistas (años 2019-2021):

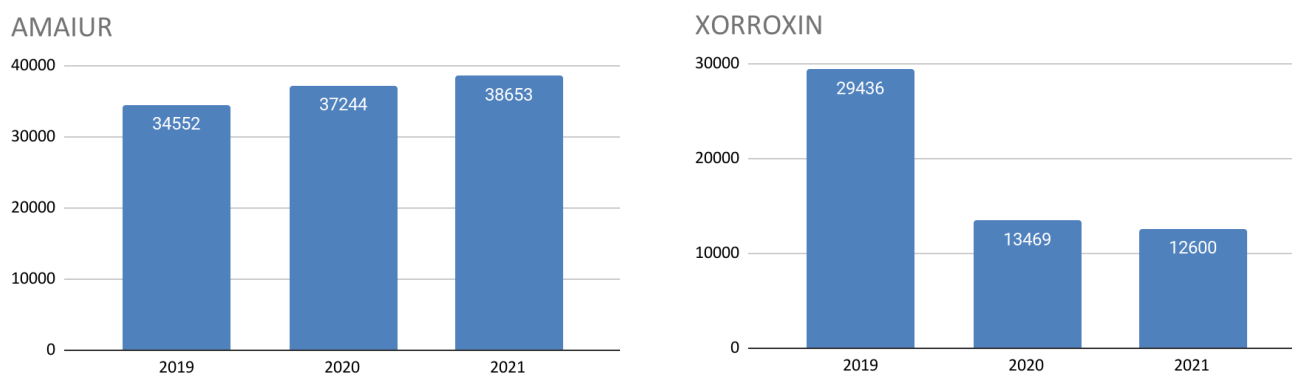


Gráfico 43: Total de entradas y salidas de turistas, Xorroxin y Amaiur (2018-2021)./Fuente: Observatorio Turístico de Navarra. Servicio de Planificación e Innovación Turística del Gobierno de Navarra 2021.

En el caso de **Amaiur**, se puede ver que tras la implementación de este contador en 2019, el número de entradas y salidas ha ido incrementando exponencialmente hasta la actualidad.

En el caso de **Xorroxin**, del año 2019 y al 2020, el número de visitantes se vio reducido a la mitad. Durante el año 2020 fueron varios los factores que hicieron que el número de visitantes se viese reducido en un número considerable. A principios de año, a causa del confinamiento por la alerta sanitaria, la temporada de Semana Santa se vio duramente afectada; ya que toda la población se encontraba confinada. Ese mismo verano, se detectó la necesidad de regular de nuevo el flujo de visitantes. Para ello, el Ayuntamiento de Baztan decidió acondicionar un nuevo parking en Erratzu para evitar la masificación y el impacto que este genera en la población local.

Durante el año 2021, a pesar de seguir en una emergencia sanitaria, el número de visitantes no sufrió gran cambio respecto al año anterior. A corto plazo, el ayuntamiento de Baztan y el pueblo de Erratzu prevén implantar un sistema de ordenación de visitas, muy similar al ya implantado en Urederra y que a su vez, retribuirá en Erratzuko Herria y su empleabilidad.

2.3.7.2. Datos del sistema de reservas de los parkings.

En cuanto al **Área Natural Recreativa de Leurtza**, desde los Ayuntamientos de Beintza-Labaien y Urroz, tras ver el gran aumento de visitantes que ha tenido tras la pandemia del Covid-19 y con la intención de respetar e implementar en cierta medida las medidas anti-covid establecidas por las administraciones públicas, en 2020 se comienza

con la elaboración de una herramienta para lidiar con la masificación y poder gestionar de una mejor manera el flujo de visitantes al lugar. Esta gestión se coordina desde la Red Explora.

La afluencia se controla por el **orden de llegada**; por lo que una vez lleno el aforo permitido, no se le permite el acceso a ningún otro visitante/vehículo. A través de la herramienta de aforo se realiza también la reserva de la mesa, que se activa en el momento de la llegada con un precio de 5€.

En relación a la gestión de los aparcamientos situados en **Erratzu** y en **Amaiur**, éstos se controlan mediante **un sistema de reservas online** disponible en la web *baztanerreserbak.eus*. En este sistema de reservas, los/las visitantes escogen el día y la franja horaria en la que quieren entrar al parking (9:00-12:00 / 12:00-15:00 / 15:00-18:00 / 18:00-22:00), seleccionan la reserva en un sólo parking o en ámbos, el tipo de vehículo y el número de adultos y niños que irán y el sistema le permite realizar gratuitamente la reserva online.

El sistema de reservas se puso en marcha en junio del 2021 y desde el día 13 de ese mismo mes, hasta el 24 de diciembre se han contabilizado en total **7.406 reservas y 25.054 personas** en los dos parkings (el 70% de las reservas se han hecho online y el 30% in situ, según el Ayuntamiento de Baztan).

De las reservas realizadas en el sistema, el **20,7% tenía intención de visitar las dos localidades** y han reservado para los dos parkings en una sola reserva, por lo que una vez visitado un recurso, continuaban con la visita al siguiente recurso, permitiendo así la rotación de vehículos.

Por otro lado, el 50% de todas las reservas estaban dirigidas a visitar sólo Erratzu y sus alrededores y el 29% han sido para visitas sólo Amaiur. En términos de flujo de visitantes, con 15.687 visitantes, Erratzu ha recibido una mayor afluencia en comparación con Amaiur, 12.260 visitantes. A continuación se presentan los datos cuantitativos obtenidos del sistema de reservas durante el año 2021.

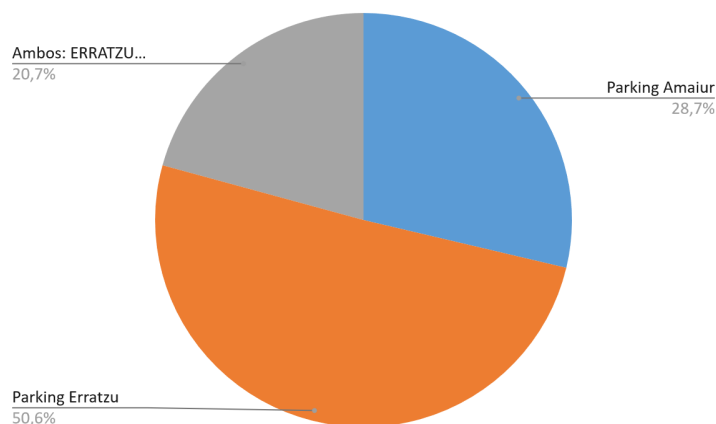


Gráfico 44: Intención de la visita de las reservas de los aparcamientos de Erratzu y Amaiur. /Fuente: Baztango Udala. Web *baztanerreserbak.eus*. 2020.

Parking Erratzu

Número de Reservas	5.280
Número de coches	5.826
Número de Personas	15.687 pax 14.860 Adultos/as 2.827 Niños/as
Personas/vehículo	3,34
Procedencia	24,3% Cataluña 15,5% Valencia 14,6% Madrid 13,3% Navarra 11,3% País Vasco 21% Resto

Parking Amaiur

Número de Reservas	3.662
Número de coches	4.029
Número de Personas	12.260 pax 10.247 Adultos/as 2.013 Niños/as
Personas/vehículo	3,34
Procedencia	26% Cataluña 16,2% Valencia 15,6% Madrid 14,1% País Vasco 8,4% Navarra 19,7% Resto

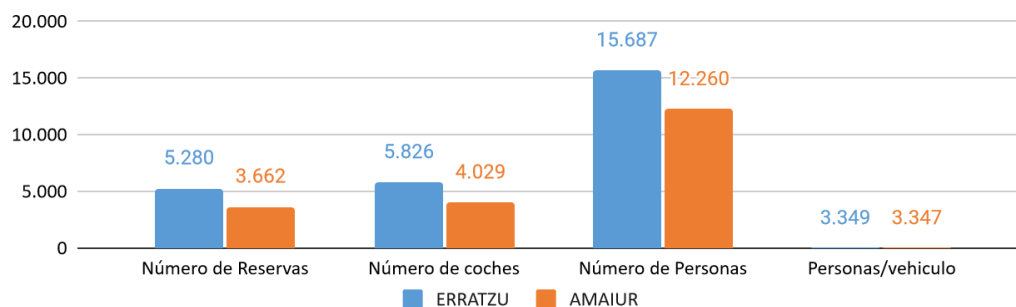


Gráfico 45: Datos del sistema de reserva online de los aparcamientos de Erratzu y Amaiur. /Fuente: Baztango Udala. Web baztanerreserbak.eus. 2020.

2.4. Análisis de los productos turísticos.

Para el siguiente apartado referente al análisis de los productos turísticos de la UGET, se ha considerado conveniente analizar la oferta del documento “*Bertiz y Comarca. Recursos visitables, visitas guiadas y actividades*” (otoño 2021, Gobierno de Navarra) como base del estudio y se ha completado con las aportaciones de los agentes del territorio.

Se entiende por producto turístico: *la combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital.* (Definición de la OMT).

Es importante remarcar que en el presente documento únicamente se ha catalogado la realidad existente en el momento de la realización del estudio. El objetivo de esta catalogación es, precisamente, servir de herramienta para la identificación de debilidades y/o oportunidades y poder analizar el posicionamiento del destino mediante los diferentes productos que se desarrollan en la actualidad (con el propósito de clasificar mejor la oferta actual, se han estudiado por separado aquellos productos gestionados por empresas privadas y los de promoción pública).

Para dicho análisis se han identificado diferentes líneas de estudio:

2.4.1. Principales segmentos turísticos identificados en los productos

Número de productos culturales ofertados		Productos de titularidad pública	Productos de titularidad privada
42		11	31
Elementos específicos de interés asociados al producto			
	Zugarramurdi	4	
	Amaiur	4	
	Elizondo	3	
	Etxalar	5	

Arizkun	2
Tradiciones y costumbres	6
Patrimonio local (arquitectura, molinos, monasterios...)	13
Patrimonio gastronómico	7
Trilogía del Baztan	1

Tabla 23: Número de productos culturales ofertados./Elaboración propia.

Producto de Turismo Cultural	
Visita libre al museo de las Brujas (Zugarramurdi Garapena S.L)	Exposición y museo- monasterio de Urdax (Otxondo évenements)
Visita guiada al pueblo de Zugarramurdi (Zugarramurdi Garapena S.L)	Visita al Molino de Amaïur (Amaïurko errota)
Visita Guiada Castillo y entrada museo de Amaïur (Sociedad Gaztelu)	Taller de talos en el molino de Amaïur (Amaïurko errota)
Visita guiada al molino de Zubieta (Orbela)	Visita parque Museo Santxotena (Santxotena)
Juegos y deporte rural (Orbela)	Visita con el escultor (Santxotena)
Visita a los Molinos de Zubieta y Amaïur (Orbela)	Taller de Talos (Orbela)
Visita a Lizaieta-Palomeras (Gainkoborda)	Visita el pueblo de Echalar (Gainkoborda)
Palomeras Echalar (Usotegiak Etxalar)	Visita guiada a los pueblos de los agotes (Santxotena)
Kontrabandisten bidea, visita nocturna (Orbela)	Ruta Estrella (Baztan tour)
Paseo por elizondo (Baztan tour)	Conoce el Valle del Baztan (Baztan tour)
El guardián Invisible	Visita a Infernuko errota
Visita guiada Kortariko gasna (Kortariko Gasna)	Visita a la Granja y quesería ecológica jauregia (Jauregia esnekiak)
Etxalar scape room	Visita guiada-etxelekua gasnategia (Etxekua gasnategia)
Baztan scape room	Kakaotik txokolatera nola egiten den jakin nahi duzu? (Arkupe Gozotegia)
Lesaka gure kulturaren sorterrria (Lesakako Udala)	

Tabla 24: Productos culturales ofertados./Elaboración propia.

(*Los productos de carácter gastronómico se han clasificado como culturales por el gran contenido cultural de las visitas.)

Número de productos de naturaleza ofertados	Productos de titularidad pública	Productos de titularidad privada
26	3	23

Elementos específicos de interés asociados al producto

Cascada de Xorroxin	5
Jardín histórico de Bertiz	7
Paisaje natural (Gorramendi, Bagordi)	3
Camino del agua	1
Cuevas	3
Turismo de aventura	4
Fauna y flora	8
Vía Verde del Bidasoa	2

Tabla 25: Número de productos naturales ofertados./Elaboración propia.

Productos Turismo de Naturaleza	
→ Visita al Jardín histórico artístico (Bertiz)	→ Ruta de la Naturaleza (Baztan tour)
→ Centro de interpretación de la naturaleza (Bertiz)	→ Paseo cascada Xorroxin (Baztan tour)
→ Visita guiada a las cuevas de Urdax (Cuevas de Urdax)	→ Visita guiada en la vía verde del Bidasoa (Ameztiá BTT)
→ Parque temático Trikuharry (Trikuharry)	→ Actividades guiadas para huéspedes- Actividades naturaleza, micología, observación de aves (alojamiento basojaun)*
→ Lezealde tesoro bajo tierra (Orbela)	→ Viajes BTT, 7 días (Basque mtb)
→ Camino de las aguas, Saldias (Orbela)	→ Baztan aventura park (BKZ)
→ Árboles y Leyendas (Orbela)	→ Bertiz aventura park (BKZ)
→ Paseos a caballo Orbela)	→ Paseos a caballo (Hípica Ordoki)
→ Visita guiada a la Cascada de Xorroxin y Purrusta (Orbela)	→ Pack fin de Semana (Hípica Ordoki)
→ Visita al Parque natural de Señorío de Bertiz (Orbela)	→ Pack 4 días 3 noches (Hípica Ordoki)

→ Visita guiada a Bertiz (Navarra al Natural)	→ Pack 8 días 7 noches (Hípica Ordoki)
→ Visitas guiadas en 4x4	→ Irrisarri Land (*)
→ Ruta Mágica (Baztan tour)	→ Salidas Rafting (BKZ)

Tabla 26: Productos naturales ofertados./Elaboración propia.

(*) Toda la oferta de actividades que se realiza en el caso de Irrisarri Land se ha clasificado como un producto único, porque se entiende que la propuesta principal de venta es Irrisarri Land, realizar actividades de ocio activo en el entorno natural.

Número de productos de wellness ofertados	Productos de titularidad pública	Productos de titularidad privada
2		2

Tabla 27: Número de productos wellness ofertados./Elaboración propia.

Productos Turismo wellness	
Recorrido termal (Balneario Elgorriaga)	Carta termal (Balneario Elgorriaga)

Tabla 28: Productos wellness ofertados./Elaboración propia.

CONCLUSIONES:

- Los productos están **gestionados** sobre todo desde el sector privado, con una representatividad en los productos culturales. Hay que señalar en este sentido la dificultad de no disociar productos culturales y naturales que en muchos casos son resultado de una combinación conjunta. De esta manera la propuesta principal de venta ha sido el principal criterio de clasificación.

Entre los productos naturales se identifican productos ligados al senderismo y espeleología y otros de carácter más general como los relacionados con el paisaje o la fauna y la flora. Entre los productos culturales o donde su principal producto de venta se enmarca con un carácter cultural está muy relacionados con una recursos muy concretos y que responden a realidades locales muy concretas. Desde el sector público también se han fomentado más estrategias turístico-culturales que generan productos concretos, con una gran presencia de Zugarramurdi y Amaiur.

- Referente al **público objetivo**, en general todos los productos se enfocan a un público generalista y con una poca segmentación en este sentido. Como

subsegmento generalista se identifican las familias como público. En definitiva, son productos diseñados desde el recurso sin análisis de la demanda.

- La estacionalidad de los productos en el caso de los productos impulsados desde las instituciones públicas, se categorizan como propuestas anuales mientras que las gestionadas por las empresas privadas tiene una estacionalidad alta y en muchos de los casos no definida de antemano desde el promotor de la actividad.
- Respecto a la **comercialización y reserva**, en el caso de las empresas privadas únicamente el 12% ofrece la posibilidad de realizar la reserva on-line en los demás de los casos aunque la reserva previa sea una cuestión que se especifica en el 78% de los casos no se facilita directamente esta opción. Dificultando de alguna manera la accesibilidad al producto y generando una visión de poca profesionalidad del destino.

Los recursos-producto son en la actualidad los agentes que trabajan la compra on-line es una cuestión muy ligada, al mismo tiempo, a la gestión del propio recurso y la necesidad de responder a nuevas realidades originadas por el Covid-19.

A este respecto, teniendo en cuenta los puntos de encuestación de Bertiz/Elizondo y Zugarramurdi, las encuestas realizadas en el año 2019 por la empresa Meridiano Zero "Perfil del visitante en temporada alta 2019", se señala la intención de contratar algunos servicios durante su estancia. Concretamente, el 81,3% afirma que contrata algún servicio frente al 14,3% que no tiene intención de contratar ningún servicio.

- Entre los productos ofertados 16% están ligados a algún alojamiento o se ofertan directamente desde el alojamiento. En el estudio encargado por el Ayuntamiento de Baztan "Ostatu Turistikoa azterketa Baztanen" (2019) se identificó la petición de ofrecer diferentes servicios desde los alojamientos rurales. Aun y todo los productos los entendemos como ofertas aisladas no vinculadas a ninguna estancia concreta. Señalar también, que en la actualidad existe una agencia de viajes que ofrece paquetes turísticos organizados en bicicleta con rutas en Baztan y diferentes vías verdes (Agencia de Viajes Xaraka).

- Referente a la relación entre los productos en pocos casos se identifican relaciones directas entre empresas. En algunos casos en las diferentes salidas se incorporan actividades de visita a queserías o al molino de Amaiur como parte de la oferta. Es de subrayar la colaboración o participación de agentes de investigación de gran importancia como Aranzadi o Edestiaurre en temas de investigación.
- **La duración, el precio o el idioma ofertado** son características ligadas a la tipología de producto. Entre las ofertas más caras se encuentran los productos de más de un día (rutas de 3 y 7 noches a caballo, por ejemplo) o las actividades ligadas al turismo activo. En referencia a los idiomas en los que se ofertan las actividades, en la mayoría de los casos se hace mención o se identifica la información en diferentes idiomas y en el caso en que el producto no se desarrolle directamente con un guía las posibilidades de desarrollo en otro idioma (francés e inglés) es más notable. En el caso en el que el guía desarrolle la actividad, los idiomas principales son euskara y castellano.
- Las ofertas estables o anuales son las actividades de carácter público o en los se desarrollan en recursos principales (Zugarramurdi-Urdax-Amaiur-Bertiz) u oferta estable (parque-museo Santxotena). *El Guardián Invisible (Trilogía del Baztan)* es una de las visitas guiadas que se oferta durante todo el año y con una agenda prevista durante el año. En este sentido, la experiencia como diferenciación del destino es una cuestión que en ciertas épocas del año puede ser difícil de acceder.
- El número de **grupo mínimo** por salida y en muchos casos es **superior a 10 personas** lo que puede dificultar su capacidad de accesibilidad y viabilidad. Hay que tener en cuenta que en los estudios cuantitativo-cualitativos realizados en Amaiur y Xorroxin (Meridiano Zero) la media de personas por grupo se sitúa en 5 en el caso de Xorroxin y el 3,3 en el caso de Amaiur. De todas formas, se entiende que esta oferta seguramente estará condicionada a la capacidad de rentabilidad que ofrece el propio producto.
- *Otros servicios relacionados a los productos:* Aunque no estén directamente ligados a los turistas, se ha considerado subrayar algunas de las ofertas que ofrecen en la actualidad los agentes de oferta turística. En este caso, las actividades o infraestructuras para empresas son una propuesta señalada aunque no se identifica una oferta completa en este sentido.

3. REFLEXIÓN SOBRE EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL TERRITORIO.

En el entorno actual globalizado de los mercados turísticos, los destinos turísticos se enfrentan a una difícil supervivencia donde las estrategias de competitividad y singularidad pueden marcar su trayectoria.

En el presente apartado se analiza por tanto el posicionamiento turístico desde las estrategias actuales del destino y con mucha atención a las opiniones de los expertos involucrados en su desarrollo, puesto que tienen una visión integral del territorio. Por ello, además de los gestores principales del destino, se ha trabajado con las principales asociaciones turísticas como la Asociación Baztan-Bidasoa y Apopilo Elkartea.

Por las características y plazos del trabajo no se han podido estudiar diferentes aspectos que podrían complementar el presente análisis, teniendo en cuenta que para entender el posicionamiento turístico en términos sostenibles necesitamos conocer impresiones de la población local y los turistas. Estos elementos de análisis podrían ofrecer una mayor profundidad de reflexión y de aproximación a la realidad actual en cuanto al posicionamiento del destino.

3.1. Estrategia turística actual.

El territorio de Baztan-Bidasoa, dimensionado en los términos planteados en la UGET, no cuenta con un planteamiento estratégico unificado. En la actualidad no existe un único ente gestor que articule la gestión turística, lo que dificulta el desarrollo de una estrategia turística estructurada y con proyección en todo el territorio.

Dicho esto, tal y como se ha extraído de las entrevistas personales realizadas a diferentes agentes de la UGET, así como se ha manifestado en las sesiones participativas y a través de los diferentes análisis dentro del diagnóstico de la situación, el destino UGET-Baztan Bidasoa responde en términos generales a unos planteamientos ligados a un posicionamiento hacia el **turismo rural y de naturaleza y el turismo cultural**. Las diferentes acciones que se han ido realizando en los últimos años se han centrado en reforzar estos dos segmentos turísticos, tanto desde el sector público como desde el

privado.

Para entender un poco más los elementos de este posicionamiento se han analizado la motivación principal de los visitantes recogida desde las oficinas de turismo 2020-2021:

- No se identifica un posicionamiento específico en cuanto al territorio, se recogen motivaciones de carácter generalista.
 - *Venir al Norte: clima, vegetación, naturaleza, cultura y gastronomía.*
 - *Visita a las localidades rurales.*
- Se señala una subida en la motivación y solicitud de servicios ligados a la bicicleta, sobre todo en las oficinas de Bera y Etxalar (servicios de alquiler de bicicleta, salidas guiadas...).
- El posicionamiento está ligado en muchas ocasiones a la dimensión de Navarra como destino turístico, donde Baztan y Bidasoa se identifican como destinos donde pasar el día o un sub-destino dentro de Navarra ligada a una segunda visita.

Referente a posicionamiento respecto a los productos turísticos dentro de la UGET, se identifican diferentes desarrollo según la oferta analizada. Baztan es donde más productos puede encontrar el turista o visitante bien por oferta en localidades o bien por diferentes circuitos dentro del territorio. En referencia a los demás territorios, la oferta de Bortziriak se centra principalmente en Etxalar (si bien en 2021 el Ayuntamiento de Lesaka ha comenzado a ofrecer visitas guiadas y a trabajar otro tipo de ofertas turísticas). Respecto a la oferta de Malerreka se centraliza en las localidades de Doneztebe-Elgorriaga-Zubieta y en Beintza-Labaien. Y, en el caso de la oferta de Bertizarana, la localidad de Oieregi con el Parque Natural de Bertiz es el principal núcleo de atracción turístico.

Por otro lado, es importante remarcar la capacidad y el desarrollo turístico de Zugarramurdi y Urdax, teniendo en cuenta su dimensión espacial y que su oferta se centra en las cuevas y la historia en torno a la brujería.

A continuación, se identifican los principales productos en los que se ha especializado el destino:

- Turismo de naturaleza y rural: Baztan-Bidasoa cuenta con una oferta de naturaleza excepcional, con ecosistemas y entornos naturales de enorme valor y muy apreciados por los visitantes y locales. De hecho, el turismo de naturaleza y rural es sin duda el más significativo en cuanto a atracción de visitantes y motivación. El paisaje, el entorno rural y el patrimonio natural constituyen los principales

elementos de atracción turística del destino.

- Turismo cultural: El patrimonio histórico-artístico de Baztan-Bidasoa configura una identidad propia y marcada respecto a otras zonas de Navarra. El destino cuenta con una características culturales, lingüísticas y folclóricas propias, que hacen del destino un importante punto de atracción de turistas. Destaca el pasado relacionado con la brujería y el proceso inquisitorial en las localidades de Zugarramurdi y Urdazubi-Urdax, recursos turísticos de primer orden dentro del contexto turístico navarro. Dentro de la oferta cultural se incluye el turismo gastronómico, basado en la cocina tradicional y los productos locales (caza, repostería, agricultura y ganadería).
- Turismo activo: El senderismo y el cicloturismo son los principales productos de turismo activo y deportivo de Baztan-Bidasoa. Esta oferta se desarrolla en torno a la Vía Verde del Bidasoa, así como a la oferta de rutas y espacios naturales de la zona. Destacan equipamientos o establecimientos especializados como Irrisarri Land y BKZ, negocios posicionados en una oferta de turismo activo y de aventura y que poseen un gran poder de atracción de visitantes.

3.2. Planes relacionados con el turismo (existentes o en desarrollo).

Las entrevistas realizadas durante el presente trabajo, han señalado la falta de planes turísticos dentro de la UGET. Por tanto, en el siguiente apartado se han clasificado los estudios o proyectos existentes del ámbito turístico dentro de la UGET.

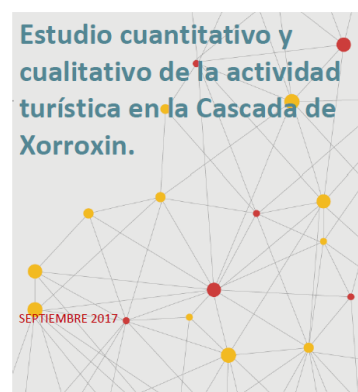
1. Plan Estratégico de turismo de Navarra 2017-2025. (2017, Gobierno de Navarra)

Objetivo del estudio: Dotar al Gobierno de Navarra de un Plan estratégico en materia de turismo para los años 2017-2025. En este contexto, entre las oportunidades se identificó: *fidelizar parte de la afluencia que se genere en los próximos años por el estreno de la película basada en la trilogía del Baztán.*

Autor: Clave Asistencias Técnicas.
Dirección General de Turismo y Comercio. Gobierno de Navarra

2. Estudio cuantitativo y cualitativo de la actividad turística de la cascada de Xorroxin (2017, Erratzu-Ayuntamiento de Baztan-Gobierno de Navarra)

Objetivo del estudio: Las situaciones de masificación generadas en Erratzu y la cascada de Xorroxin ha obligado al Gobierno de Navarra a realizar diferentes estudios. El estudio se llevó a cabo entre mayo y septiembre de 2017 con los siguientes objetivos: *Estudiar y calcular la afluencia turística actual del recurso Cascada de Xorroxin. Estudiar las características del visitante turístico actual de la Cascada de Xorroxin y alrededores. Estudiar la estructura y características de la visita actual al recurso e Identificar las apreciaciones positivas y negativas del recurso e intermediaciones, así como demandas, comentarios y otras cuestiones al respecto expresadas por los visitantes.*

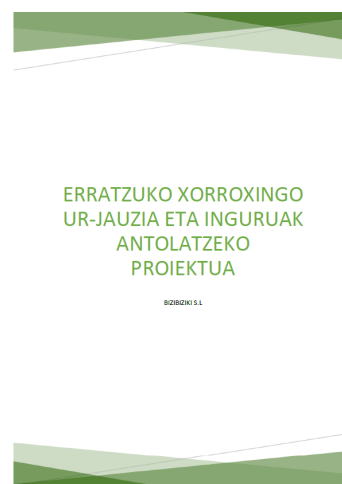


meridiano@zero
RESEARCH FOR TOURISM

Autor: Meridiano Zero

3. Xorroxingo ur-jauzia eta inguruak antolatzekeo proiektua. (2017, Erratzu - Baztan)

Objetivo del estudio: Dando continuidad al proyecto mencionado con anterioridad se realizó el presente estudio que recogía otras dimensiones de la realidad turística. Los objetivos del estudio fueron: *Estudiar la reorganización del recorrido y calcular la capacidad de carga en el entorno de la cascada de Xorroxin. Realizar un proceso participativo local para obtener un diagnóstico de la situación. Realizar una propuesta para la reorganización de movilidad dentro de la localidad. Estudio económico ligado a la posibilidad de la implantación de un nuevo parking.*



Autor: Bizibiziki SLU

4. Estudio-Diagnóstico sobre los recorridos, equipamientos y material informativo en la Cueva de las Brujas. (2017-2020, Zugarramurdiko Garapena S.L.)

Objetivo del estudio: Con la elaboración de un estudio-diagnóstico se pretendió, por un lado, analizar la situación del estado de conservación de los recursos naturales y ecosistemas en la cueva, cerramientos, uso de los espacios por parte de los turistas, oferta de visitas, material informativo (soporte papel y paneles), accesibilidad, estado de la capacidad de carga de la Cueva-pueblo, homogeneidad en la imagen Museo-Cueva, necesidades especiales cuando se organizan eventos.

Por otro lado, el estudio recogía un plan de acciones donde se detallan las propuestas y actuaciones a realizar en los próximos diez años en cuanto a:

- La gestión del flujo de visitantes acorde a la capacidad de carga.
- Recorridos propuestos a los visitantes: itinerarios, paradas, cerramientos, información ofrecida, mantenimiento o sustitución de soportes informativos, equipamiento...
- Imagen de la cueva: unificación de criterios con el Museo. Incorporación o sustitución de elementos.
- Accesibilidad a personas con diferentes discapacidades, medidas para

adaptar los contenidos y la visita.

- Educación ambiental orientada a los turistas.
- Implementación de mejoras que faciliten la gestión de los eventos especiales.
- Diseño de un plan de difusión para su puesta en marcha una vez ejecutadas las propuestas de mejora. BIANUAL.
- El uso de las nuevas tecnologías se tendrá en cuenta en todos los apartados.

Este proyecto recibió una subvención otorgada a través del Programa de Desarrollo Rural (PDR), 2014-2020 financiado por el FEADER y el Gobierno de Navarra.

Autor: Humus Sapiens SL

5. Estudio-proyecto Centro de interpretación Portu. (2019, Ayuntamiento de Bera)

Objetivo del estudio: En el año 2019 el Ayuntamiento de Bera desarrolló una serie de estudios con el objetivo de explorar la viabilidad referente al edificio Portu (finca que linda con la antigua casa de Julio Caro Baroja y que en la actualidad continúa siendo propiedad de la familia). Para ello, el ayuntamiento contó con el trabajo de diferentes empresas que se ocuparon de desarrollar cada una de los proyectos (un estudio benchmarking, un sondeo sobre el perfil del público objetivo, estudio de viabilidad económica y un estudio sobre accesibilidad).

Los objetivos identificados con el proyecto eran: divulgar y dar a conocer el patrimonio material e inmaterial de Bera (arquitectura, personajes, caserío, mitología, Guerra Civil, modos de vida, muerte, fiestas, paisaje, la muga, patrimonio inmaterial...), incorporar nuevas tecnologías como parte de innovación y generar un espacio para la dinamización cultural en la localidad (exposiciones permanentes, temporales, espacios de trabajo, visitas...).

Entre el público objetivo del proyecto se identificaban la población local, centros educativos, así como visitantes y turistas. En el momento del estudio el ayuntamiento estaba gestionando la compra del inmueble.

Sería interesante conocer la situación actual del proyecto y los pasos que se han dado en esta materia por parte del Ayuntamiento de Bera.

Autores: Aztiker, Ilunion, Beatriz Chagoien, Bizibiziki S.L.U

6. Estudio cuantitativo y cualitativo del turismo actual en Maya/Amaiur. Afluencia, perfil y gasto del visitante, estructura y sinergias de la visita y análisis de redes sociales. (2020, Amaiur-Baztan)

Objetivos del estudio: Con el objetivo de dotar al Ayuntamiento de Baztan de información para tomar decisiones en materia de gestión de destino durante los meses de agosto-octubre del 2020 se desarrolló el siguiente estudio en el destino de Amaiur: Como objetivos específicos que se identificaron fueron los siguientes: *Estudiar y calcular la afluencia turística actual en Amaiur y sus recursos visitables.*

Estudiar las características del visitante turístico actual, estudiar la estructura y características de la visita actual, Identificar las apreciaciones positivas y negativas de la localidad y recursos, así como demandas, comentarios y otras cuestiones al respecto expresadas por los visitantes en las encuestas y en redes sociales, Estimar la afluencia anual y por temporadas a Amaiur.



Estudio cuantitativo y cualitativo del turismo actual en Maya/Amaiur. Afluencia, perfil y gasto del visitante, estructura y sinergias de la visita y análisis de redes sociales.

2020

meridiano zero
RESEARCH FOR TOURISM

Autor: Meridiano Zero

7. Ostatu turistikoaren azterketa Baztanen. (2020, Ayuntamiento de Baztan)

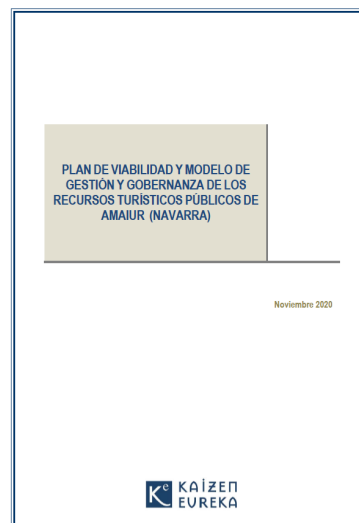
Objetivo del estudio: Ofrecer al Ayuntamiento de Baztan una visión general sobre la oferta alojativa en Baztan. Conocer su evolución, su distribución por cuarteles y los retos en dicho ámbito. Todo ello se analizó teniendo en cuenta diferentes indicadores de sostenibilidad.



Autor: Bizibiziki SLU

8. Plan de viabilidad y modelo de gestión y gobernanza de los recursos turísticos públicos de Amaiur. (2020, Amaiur-Baztan)

Objetivo del estudio: Posibilitar al ayuntamiento de Baztan una posible propuesta de ordenación de los recursos públicos turísticos de la localidad de Amaiur y analizar su viabilidad y su modelo de gobernanza.



Autores: Kaizen-Eureka

9. Lesakako Turismo Plana. (2021, Ayuntamiento de Lesaka)

Objetivos del plan: Elaborar un plan turístico que responda a las necesidades de Lesaka, que tiene como objetivo un crecimiento turístico controlado y sostenible.



Autor: Ayuntamiento de Lesaka

10. Plan de atracción y ordenación comercial (PAOC). (2021-en ejecución, Cederna Garalur)

Objetivos del plan: Los ayuntamientos de Baztan, Bertizarana, Malerreka y Bortzirriak suscribieron un Convenio con el fin de hacer un Plan de Atracción y Ordenación del Comercio de ámbito Comarcal (PAOC). Para su redacción se ha contratado una asistencia técnica y está siendo coordinado por Cederna Garalur.

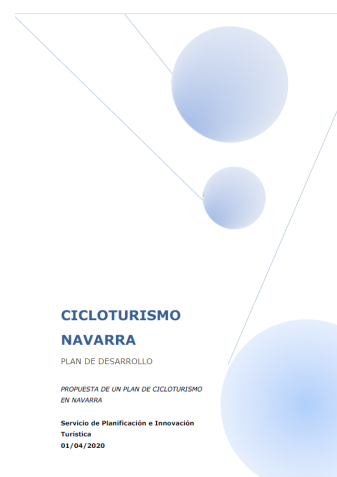
Se ha ejecutado la primera de las dos fases previstas en el proyecto, referente diagnóstico (a 20 de noviembre de 2021). Para ello, se ha realizado una encuesta a toda la red de comercios y establecimientos hosteleros con el fin de obtener una visión más clara de la situación actual, las necesidades del sector y los retos de futuro. El Plan de Atracción y Ordenación Comercial con carácter comarcal deberá concretar un conjunto de medidas necesarias para ordenar y dinamizar el sector comercial en el ámbito comarcal definido, con la finalidad de establecer un modelo comercial equilibrado, eficiente y al servicio de los consumidores y del desarrollo local.

Si bien no se trata de un proyecto directamente ligado a la actividad turística, en el diagnóstico se han trabajado algunos puntos relacionados con la percepción de los comerciantes respecto del turismo en la zona, así como las perspectivas o potencialidades que suscita. Asimismo, las conclusiones y acciones que se acuerden dentro de este plan pueden tener su repercusión y reflejo en las estrategias y acciones turísticas de .

Autor: Federación Denok Bat, Cederna Garalur, Ikertalde

11. Plan de Desarrollo del Cicloturismo en Navarra

Objetivo del plan: Crear un producto estructurado en torno al cicloturismo adaptado y coherente con el público objetivo, buscando sinergias público-privadas que ayuden a posicionar Navarra como un destino natural, sostenible, inteligente, saludable, ecológico, cicloturista e inclusivo. El plan recoge el análisis de la oferta, el análisis de la demanda, identificación de estrategias y un plan de acción.



Autor: Gobierno de Navarra

12. Plan director de movilidad Activa 2022-2030

Objetivo del plan: Se identifican diferentes objetivos dentro del plan; Mejorar la accesibilidad territorial, fomentar el uso de modos no motorizados, desarrollar una red de itinerarios cómodos y seguros; red básica de vías no motorizadas de Navarra, desarrollar criterios técnicos, favorecer la intermodalidad y implicar a los agentes sociales.

Respecto a la UGET Baztan Bidasoa se identifican nuevos elementos para la red básica incorporando la conexión Leitza-Donztebe-Elizondo.



Autor: Enea 21

13. Plan director de movilidad sostenible de Navarra

Objetivo del Plan: Formular una política en materia de movilidad y transporte 2018-2030. En este documento se analizan los siguientes documentos que tienen una vinculación directa con la actividad turística, Plan Ederbidea.

Plan director de la Bicicleta de Navarra 2006, Estrategia de especialización inteligente, Plan Estratégico de Turismo de Navarra.



Plan Director de Movilidad
Sostenible de Navarra
(2018-2030)

Documento inicial
Diciembre 2018

Nafarroako
Gobernua  Gobierno
de Navarra

14. Plan o Proyecto Ederbidea

Objetivo del plan: Es un proyecto de movilidad ciclable transfronterizo. Un proyecto que permite desarrollar un gran itinerario de 240 kilómetros para bicicletas entre los Pirineos Atlánticos, Gipuzkoa y Navarra. Con nuevas pistas ciclables, la mejora de la seguridad y el incremento de la señalización, así como acciones de sensibilización, formación y fomento del cicloturismo, Ederbidea marca un hito para el desarrollo de la movilidad y el turismo sostenible. Ha servido además para consolidar en Navarra la ruta EuroVelo 1, como gran puerta de

entrada a la península ibérica para los viajes en bicicleta.

El Proyecto Ederbidea se ha basado en cuatro grandes ejes de actuación:

- 1: La elaboración de un Plan Ciclista Transfronterizo que ha permitido desarrollar una estrategia común y sentar las bases para un próximo proyecto de cooperación.
- 2: La mejora de las infraestructuras y de la seguridad de un itinerario ciclable transfronterizo de 240 km para unir Bayona, Donostia-San Sebastián y Pamplona / Iruña.
- 3: La puesta en marcha de un programa de sensibilización para fomentar el cambio a formas de movilidad más sostenible.
- 4: El desarrollo de servicios para la bicicleta.

15. Plan Energético Horizonte 2030

Objetivo del Plan: trabajar una hoja de ruta para el cambio climático, en este sentido y dentro de la Planificación de movilidad urbana sostenible (PMUS) y transporte se identifican acciones relacionadas con el turismo como Promover y promocionar los puntos de recarga en Hoteles, casas rurales, ayuntamientos, etc. El objetivo de esta actuación es dar ayudas a la implantación de puntos de recarga en hoteles, casa rurales, ayuntamientos, etc.

Se identifica como estrategia importante por la posible implementación en el ámbito turístico.

Plan Energético de Navarra Horizonte 2030 (PEN 2030)



Nafarroako Gobernua Gobierno de Navarra

16. Proyecto europeo ELENA-Primavera.

Objetivos del proyecto: Impulsar la rehabilitación integral de edificios viviendas públicas y privadas. Puede ser un proyecto interesante para trabajar con el sector turístico.

Aierdi firma un convenio con alcaldes de Baztan-Bidasoa para implantar un equipo comarcal de rehabilitación

El Gobierno refuerza la colaboración con los ayuntamientos de la zona incorporados al proyecto europeo ELENA-Primavera de rehabilitación energética.

12 de noviembre de 2021

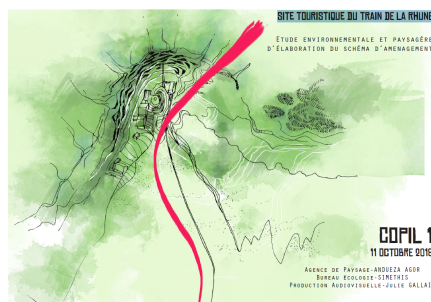


17. Lesaka Biziberritzen

Objetivo del proyecto: Se trata de un plan de convivencia basado en un modelo de movilidad donde recuperar espacios para la ciudadanía. Aunque se identifica como proyecto no directamente relacionado con el Turismo puede ser un proyecto a tener en cuenta.

18. Proyecto Larrun- Copil:

Objetivo del proyecto: Desde el ayuntamiento de Bera, junto a los municipios de Biriatu, Askain, Urrugne y Sara se está trabajando en torno al monte Larrun. Un proyecto que tiene como objetivo realizar una propuesta sostenible en torno al monte Larrun.



En la actualidad el proyecto cuenta con tres grupos de trabajo, proponiendo una metodología de trabajo donde también participa el sector vinculado directamente.

El 8 de diciembre de 2021 se realizó la última reunión de los integrantes del proyecto.

19. Alkerdi II

Objetivo del proyecto: La Dirección General de Cultura-Institución Príncipe de Viana del Gobierno de Navarra ha concedido una ayuda por importe de 7.173,00 € al Ayuntamiento de Urdazubi-Urdax para la actuación denominada “Alkerdi II. Continuación de la Investigación arqueológica en curso y en las medidas de protección del Arte Rupestre. Actuación 2021.

Las actuaciones están siendo desarrolladas por la “Sociedad de Ciencias Aranzadi”. Colabora con la Dirección General de Cultura-Institución Príncipe de Viana.

3.3. Objetivos de desarrollo y promoción turística.

La ausencia de una estrategia turística unificada condiciona directamente la identificación de objetivos comunes o alineados entre los diferentes territorios. Por este motivo, en el marco del presente diagnóstico de la realidad turística de la UGET-Baztan Bidasoa, se han recogido una serie de objetivos que conforman la visión y las pretensiones actuales por parte de los agentes gestores del destino.

a) Objetivos de desarrollo turístico

Accesibilidad	Zugarramurdi
El Ayuntamiento de Zugarramurdi, representado por la sociedad Zugarramurdiko Garapena SL, se encuentra inmerso en un proceso de readecuación y reconfiguración de los espacios abiertos al público en el entorno de la cueva, con el objetivo de mejorar el tránsito de visitantes y la accesibilidad en la visita. Se ha proyectado un plan de actuaciones para los próximos años en los que se quiere incidir en estas cuestiones, que sin duda tendrán repercusión en la mejora de la oferta.	

Control de flujos turísticos	Baztan-Malerreka
Los problemas de masificación de determinadas zonas y de recursos de Baztan (Amaiur, Xorroxin) y de Malerreka (embalse de Leurtza) han puesto de manifiesto la necesidad urgente de actuar y de enfocarse en el control de los flujos de visitantes, así como de adecuar los recursos afectados. Si bien se trata de un objetivo de gestión turística, es preciso abordar el tema desde una visión más transversal y con una planificación adecuada y sostenible.	

<i>Determinación de un modelo normativo dirigido al sector alojativo.</i>	Baztan
Las diferentes comarcas que conforman la UGET presentan, en general, una evolución significativa en cuanto a número y tipología de alojamientos turísticos. Preocupa la proliferación de negocios alojativos no regulados, así como el cambio de tendencia hacia un tipo de alojamientos rurales de alquiler íntegro y apartamentos turísticos rurales, que influyen en las características del sector y el desarrollo local. En este contexto, el consistorio baztanés considera determinante abordar la cuestión de los alojamientos en su territorio y, por extensión, se podría abordar con una perspectiva de destino-territorio turístico como la UGET.	

<i>Gestión y mantenimiento de la Vía Verde del Bidasoa-Ederbidea.</i>	Bortziriak-Malerreka
El desarrollo y gestión de la Vía Verde es una cuestión que actualmente compete a Cederna Garalur, en el marco de Uraren Bailarak, con sus 18 ayuntamientos integrantes. Su cometido se centra sobre todo en la adecuación de puntos deteriorados y en el mantenimiento de los servicios a lo largo de la vía (pavimento, infraestructuras, seguridad, etc.). Esta circunstancia presenta numerosas deficiencias en cuanto a la capacidad de respuesta y de financiación, lo que dificulta el desarrollo de actuaciones o de productos en torno al cicloturismo.	

b) Objetivos de promoción turística

En la actualidad no se han identificado objetivos específicos relativos a la promoción turística. Las acciones puntuales que se han llevado a cabo son de carácter localista y con soportes obsoletos.

<i>Limitación de las acciones promocionales como estrategia para mitigar los problemas de masificación turística.</i>	Conjunto de la UGET
Prácticamente en el conjunto de la UGET-Baztan Bidasoa se han limitado, o suprimido, las campañas promocionales del destino. Caso destacado es el de Baztan que como forma de reducir los problemas de masificación en algunas zonas de su territorio, ha prescindido de prácticamente toda labor de promoción y difusión del destino. Zugarramurdi y Urdax tampoco han puesto ningún recurso en esta línea.	

3.4. Principales acciones turísticas de los últimos 3 años.

En el presente apartado, se identifican las principales acciones turísticas realizadas por UGET-Baztan Bidasoa en relación a la gobernanza, desarrollo de productos turísticos, promoción y comercialización turística y evaluación y monitorización del turismo y flujos de visitantes a lo largo de los últimos tres años:

3.4.1. Gobernanza.

Con motivo de satisfacer las necesidades e intereses de todos los actores implicados en el turismo, crear espacios de relación y mejorar la toma de decisiones colectivas, desde UGET-Baztan Bidasoa se han llevado a cabo las siguientes acciones en materia de gobernanza: :

ACCIONES DE GOBERNANZA		
AÑO	AGENTE	ACCIÓN
2019	Uraren Bailarak (Cederna Garalur)	- Organización de un proceso de participación ciudadana sobre el PSIS de la Vía Verde del Bidasoa, para adecuar la vía ciclista-peatonal del tramo Doneztebe/Santesteban/Elizondo.
2019	Berako Udala	- Creación de la mesa proyecto Larrun.
2020	Lesakako udala	- Creación del puesto de Técnico de Turismo. - Organización de un proceso de participación con hosteleros y población.
2020	Gobierno De Navarra, Ayuntamiento De Baztan, Pueblo De Amaiur Y Sociedad Gaztelu.	- Creación de la Fundación Amaurko Gaztelua
2019/ 2021	Baztango Udala	- Generación de diferentes mesas locales para tratar temas de masificación.
2020	Asociación Baztan Bidasoa	- Unificación de protocolos covid-19 por sectores.

Tabla 29: Acciones de gobernanza realizadas en los últimos 3 años./Elaboración propia.

3.4.2. Desarrollo de producto turístico.

Debido a la necesidad de dar respuesta a nuevas demandas planteadas por los turistas, mejorar e igualar la competencia y aprovechar las nuevas oportunidades del mercado turístico, la UGET - Baztan Bidasoa, ha desarrollado e implantado los siguientes productos turísticos en los últimos tres años:

PRODUCTOS TURÍSTICOS		
AÑO	AGENTES	PRODUCTO TURÍSTICO
2017	Ayuntamiento de Baztan	- Nuevo recorrido a la Cascada de Xorroxin.
2019	Museo Santxotena.	- Visitas guiadas al Parque Museo Santxotena. - Visitas guiadas a través de los pueblos de los agotes.
2020	Gaztelu Elkartea, Amaurko Herria, Aranzadi Zientzia Elkartea, Baztango Udala Y Gobierno De Navarra.	- Visita al museo de Amaiur.
2020	Amaiur Udala	- Recuperación de visitas al molino.
2021	Asociación Baztan-Bidasoa	- Publicación del libro "Oihanean sentitu-Bideak bertze ipuin" - Enlaces cicloturistas Baztan-Bidasoa.
2020 2021	Ayuntamiento De Lesaka	- Visita guiada semanal gratuita a modo de prueba durante el mes de agosto. - Bizibide Lesaka (BTT). Creación de centro de BTT.

Tabla 30: Productos turísticos realizados en los últimos 3 años./Elaboración propia.

3.4.3. Promoción y comercialización.

Con el objetivo de dar a conocer Baztan Bidasoa y difundirlo como destino turístico, UGET - Baztan Bidasoa ha realizado diferentes acciones de promoción y comercialización turística. A continuación se muestran dichas acciones realizadas en los últimos tres años:

PROMOCIÓN		
AÑO	AGENTE	ACCIONES
2019	Cederna Garalur	- Creación de la marca turística de Baztan Bidasoa Turismo Garapena, Uraren Bailarak. Tiene por objetivo la promoción turística de las comarcas y la de la Vía Verde del Bidasoa. - Desarrollo de la página web turística www.urarenbailarak.eus. - Realización de un video turístico promocional de las comarcas de . - Asistencia a la feria B-Travel de Barcelona en el mes de marzo.
2019	Gobierno de Navarra, Consorcio Turístico de Plazaola, Ayuntamiento de Imotz, Agrupación Turística Baztan-Bidasoa Y Cederna Garalur.	- Promoción del proyecto EDERBIDEA en dos eventos diferentes. - o Participación en una jornada sobre turismo y bicicleta de Bertiz. - o Participación en la reunión de intercambio de experiencias con representantes del proyecto Bicitrans de Cataluña.
2020	Cederna Garalur	- Promoción para fomentar el uso de la bicicleta en la comarca y pueblos. - Participación en el curso sobre marketing en proyectos creativos. (Uso interno) - Colaboración con la asociación Ipar Martxa, para organizar la Maratón de Marcha Nórdica de la Vía Verde del Bidasoa.
2020	Ayuntamiento de Lesaka	- Renovación y actualización del apartado de "Turismo" de la página web del Ayuntamiento de Lesaka. - Creación de la Guía de Servicios de Lesaka.
2020	Ayuntamiento de Baztan, Cederna Garalur, Baztango Artisauak, Baztango Zaporeak, Elizondo Lanbide Eskola,	- Creación de la marca Baztan-Arras Baztan. - Desarrollo de página web Baztan - Arras Baztan.

	Bertan Baztan, Prest, Baztango Zerbitzu Turistikoen Elkartea Y Apopilo, Baztango Alojamenduen Elkartea.	
2021	Urdax-Urdazubi	- PDF interactivo. - QR plotter - Video promocional

Tabla 31: Acciones realizadas en materia de promoción en los últimos 3 años./Elaboración propia.

COMERCIALIZACIÓN		
AÑO	AGENTE	ACCIONES
2020	Ayuntamiento de Lesaka	- Creación de la ficha de "Google Business" de la oficina de turismo y del Centro del Hierro y la Forja. - Creación de códigos QR de rutas por el monte en la oficina de turismo (WIKILOC).
	Zugarramurdiko Garapena y otros	- Adecuación de las reservas a la realidad Covid.

Tabla 32: Acciones realizadas en materia de comercialización en los últimos 3 años. Elaboración propia.

Además de promoción y la comercialización, también se han realizado diferentes acciones de adecuación, renovación y rehabilitación de diferentes recursos:

3.4.4. Obras e infraestructuras turísticas

ADECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS		
AÑO	AGENTE	ACCIONES
2018	Ayuntamiento de Lesaka	- Pavimentado de un tramo de la Vía Verde.
2019	Cederna Garalur	- Labores de limpieza y desbroce de la Vía Verde del Bidasoa.
2020	Cederna Garalur	- Adecuación de la Vía Verde en Larrakaitz y el acondicionamiento de la vía de Igantzi. - Renovación del alumbrado del túnel de Larrakaitz. - Implantación de cunetas en el tramo Berriazun-Sunbilla (Igantzi) a causa de los problemas de acumulación de agua. - Renovación del alumbrado del túnel de Onbordi.
2020	Ayuntamiento de Baztan	- Rehabilitación de las ruinas del castillo y el refugio de los peregrinos. - Adecuación del centro arqueológico.
2021	Ayuntamiento de Zugarramurdi (Zugarramurdiko Garapena)	- Adecuación de un espacio destinado al aparcamiento en Zugarramurdi. - Adecuación y reactivación de espacios en el museo y en la cueva de Zugarramurdi. - o Circuito turístico para visitantes y locales sin barreras arquitectónicas. - o Limitar los efectos negativos sobre los recursos naturales. - o Reducir la intensidad de uso, aumentando el espacio que se puede visitar. - o Mejorar la seguridad y la experiencia turística.

Tabla 33: Acciones realizadas en materia de adecuación de infraestructuras en los últimos 3 años.. Elaboración propia.

3.4.4. Evaluación y monitorización.

Cada vez es más evidente la necesidad de evaluar y monitorizar el turismo a través de diferentes sistemas de indicadores para así poder describir la realidad de un territorio mediante unos parámetros objetivos. El uso de dicho instrumentos, los cuales proporcionan información de interés, ayudan a la planificación y elaboración de estrategias de futuro para poder orientar la sostenibilidad turística.

En el caso de UGET - Baztan Bidasoa, ya se han implantado diferentes instrumentos para la obtención de dicha información. A continuación se presentan las acciones realizadas en relación con la evaluación y monitorización de flujos y turistas ejecutadas en los últimos años:

EVALUACIÓN Y MONITORIZACIÓN		
AÑO	AGENTES	ACCIONES
2019/ 2020	Cederna Garalur	- Seguimiento de los contadores verdes instalados en la Vía Verde del Bidasoa por su paso por Doneztebe/Santesteban.
2020	Ayuntamiento de Lesaka	- Creación de encuestas de satisfacción (Feedback) para conocer el perfil del turista para identificar los aspectos positivos y las áreas de mejora en el centro urbano y en el monte en materia de turismo. - Renovación del modelo de obtención de datos estadísticos.
2020	Ayuntamiento de Baztan y Amaiur	- Regulación del acceso al centro del municipio.
2020	Ayuntamiento de Baztan	- Establecimiento de un sistema de reserva previa para las plazas de aparcamiento, con razón de controlar el flujo de visitantes, mantener el entorno y evitar masificaciones. - Análisis de la situación de alojamientos turísticos de Baztan. - Instalación de un contador para identificar el número de visitantes que recibe el castillo. - Estudio cuantitativo y cualitativo del turismo actual en Maya/Amaiur. - Instalación de un contador de

		personas. - Instalación de un parking temporal con una web de reservas y personal para regular el tráfico y el acceso directo. - Análisis del perfil del visitante.
2020	Ayuntamientos de Beintza-Labaien y Ayuntamiento de Urroz	- Elaboración y diseño de una herramienta para lidiar con los problemas de masificación y gestión de visitas. (Embalse de Leurtza.)

Tabla 34: Acciones realizadas en materia de evaluación y monitorización en los últimos 3 años. Elaboración propia.

4. MATRIZ DAFO UGET- BAZTAN BIDASOA

A continuación se elabora la matriz DAFO donde se han recogido todas las ideas y conceptos claves en torno a la situación actual del sector turístico en la UGET-Baztan Bidasoa. Se trata de la base sobre la que se fundamenta el planteamiento estratégico posterior.

Para facilitar la identificación del ámbito de cada idea se han identificado una serie de iconos.

	Gobernanza
	Oferta turística
	Demanda turística
	Promoción y Comercialización
	Financiación
	Evaluación y monitorización
	Sostenibilidad
	Empresas del sector

DEBILIDADES

1. No existe un ente gestor único dentro de la UGET (figura similar al antiguo Consorcio), por lo que no hay una estrategia unificada que posibilite una planificación turística. 
2. Las actuales entidades gestoras y/o encargadas de la planificación turística (Uraren Bailarak, Zugarramurdi, Urdazubi-Urdax) no poseen mecanismos de comunicación/coordiación estables entre ellas. El Gobierno de Navarra es el ente gestor que centraliza esta coordinación. En este sentido, existe un sentimiento de soledad entre los agentes turísticos, sobre todo de carácter público. 
3. Uraren Bailarak, actualmente no posee las competencias/los recursos suficientes para poder realizar una labor de planificación del destino. Sus funciones actuales se centran principalmente en la promoción turística y en el mantenimiento de la Vía Verde. Esto ha repercutido en la incapacidad de 

dar una respuesta a ciertas necesidades o problemáticas como el tema de la masificación (algunos ayuntamientos han tenido que actuar directamente con el Gobierno de Navarra).

4. Existe un miedo al rechazo de ciertos ayuntamientos a impulsar acciones turísticas. 
5. Falta de coordinación entre la administración y el sector privado y, por tanto, papel difuso de la asociación Baztan Bidasoa dentro de la estructura turística. 
6. Escasa oferta continua y estable por parte de las OIT y PIT que existen dentro de la UGET. No poseen calendarios amplios y tan solo se limitan a su función de atención al visitante (no realizan labores de gestión-dinamización del sector). 
7. Falta de coordinación y comunicación entre el departamento de turismo central y del destino, generando así problemas en la capacidad de acogida. 
8. Falta de una estrategia de marketing y promoción del destino turístico. Promoción localista sin estrategia y con soportes obsoletos. 
9. Gran dependencia de la promoción que se realiza desde el Gobierno de Navarra. 
10. Sensación de los agentes del territorio de que todo el destino es *Baztan*, y los demás territorios se quedan en un segundo plano. 
11. No existe un portal unificado con la oferta de productos y servicios que se oferta desde el sector privado. Dificultades para acceder a la oferta de productos turísticos en destino. 
12. La sobreexposición a la promoción turística de ciertos recursos turísticos durante los últimos años (cascada de Xorroxin o la cueva de Zugarramurdi por ejemplo), lo que ha acarreado problemas de masificación.  
13. Actualmente solo el 10% de los productos turísticos se pueden adquirir o reservar on-line (si bien en la mayoría de los casos se indica la necesidad de realizar reserva previa). 
14. Altos niveles de saturación en algunos recursos turísticos (Xorroxin, Amaiur, Zugarramurdi-Urdax). Necesidad de controlar y ordenar los flujos turísticos.  
15. Falta de desarrollo de productos turísticos vinculados a la Vía Verde del Bidasoa y la Eurovelo. Escasa la oferta por parte de empresas de servicios turísticos locales.  
16. Escasa especialización o enfoque a nichos de mercado en la oferta de productos turísticos. La mayoría están destinados al público general y no presentan características diferenciadoras. 
17. Estacionalización y estancamiento de los de los productos turísticos (dificultad para trabajar los productos en diferentes idiomas o falta de adecuación de productos referente al conocimiento del visitante). 

18. El aumento de una tipología de visitantes menos sensibles a la naturaleza y la cultura local, únicamente atraídos por atractivos como el fenómeno literario de la Trilogía del Baztan o aquellos que huyen de las zonas urbanas a causa de la pandemia. D
19. Estacionalización alta de la demanda actual y con gran dependencia de excursionistas. Con niveles de visitantes similares al 2016. D
20. Desequilibrio sector alojativo y restauración (no hay coordinación en horarios y días de apertura, así como la oferta para adecuar la oferta a la realidad turística). Falta una predisposición por parte de los restaurantes para adaptar su oferta de servicios y diversificar (ofreciendo comida para llevar a los alojamientos, adaptar los menús para públicos concretos...). E
21. Índices de sostenibilidad turística del destino por encima de todo el territorio. S
22. El nuevo perfil de los/las propietarios/as de establecimientos hoteleros como negocio únicamente, desvinculados al modo de vida local o al territorio, repercute en la calidad del servicio y el contacto directo con los clientes. E
23. Escasa colaboración entre empresas del sector (alojamientos-empresas de servicios/empresa de servicios-empresa de servicios/...). Necesidad de potenciar sinergias. E
24. Falta de relevo generacional en ciertos sectores (hostelería, empresas turísticas, alojamientos), así como un estancamiento en la apertura de nuevos negocios de actividades turísticas. E
25. La falta de formación en información por parte de los alojamientos acerca de lo que pueden ofrecer a los visitantes. E
26. Ausencia de sistemas de evaluación y monitorización aplicados al conjunto de la UGET. E/M
27. No existe un sistema unificado de recogida de datos en las oficinas y puntos de información turísticos. E/M
28. Ausencia de fuentes de financiación estables que permitan garantizar la gestión y desarrollo del sector. F
29. Desequilibrio entre el gasto de gestión turística y el beneficio neto que se genera, especialmente en Baztan. S F
30. Falta de transporte público para trasladarse de un lado a otro y gran dependencia del coche privado como elemento principal de movilidad. Las actuales infraestructuras viarias y de comunicación dificultan la generación de propuestas de movilidad sostenible dentro del destino. S
31. Falta de atención y cuidado hacia ciertas cuestiones culturales e identitarias, como la presencia del euskara, las costumbres, la cultura... S

FORTALEZAS

1. Capacidad de los agentes para generar diferentes estructuras turísticas para su desarrollo. Destaca la creación de la figura de gestión como Amaiurko Gaztelu Fundazioa para la dinamización turística. 
2. Nuevas figuras turísticas que demuestran una visión de tratar el turismo como oportunidad de desarrollo y de generación de empleo. 
3. Apuesta de los ayuntamientos por un desarrollo sostenible del turismo. 
4. La figura de Uraren Bailarak como agente aglutinador. 
5. La asociación Baztan Bidasoa como agente que agrupa empresas privadas de toda la UGET. 
6. Tradición o tendencia al trabajo en colaboración con Iparralde en diferentes niveles (proyectos transfronterizos, alianzas o acuerdos en torno a marcas turísticas, dinamización turística...). 
7. Fuerza de atracción que genera la marca Baztan respecto a otras zonas. 
8. El posicionamiento que tiene la UGET como destino natural, atrae a un perfil de turista más sensibilizado con el cuidado del entorno. 
9. Actualmente la Asociación Baztan Bidasoa es el único agente que promociona empresas situadas en todo el territorio de la UGET. 
10. Gran cantidad de recursos culturales y naturales. 
11. La Vía Verde del Bidasoa constituye un recurso/producto turístico con una cualidad diferenciadora importante (se dirige al segmento del cicloturismo) y posee mucho potencial de desarrollo. 
12. Las tradiciones locales, la arquitectura tradicional y la configuración de los pueblos, junto con el paisaje verde y montañoso y el clima húmedo y fresco, constituyen la puerta de entrada al destino, la primera referencia que da paso a los demás recursos y atractivos que forman parte del contexto turístico. 
13. Ciertos recursos, principalmente culturales, están estrechamente ligados al carácter e identidad del destino (Amaiur, cuevas de Zugarramurdi, el euskara por ejemplo). Aportan singularidad y riqueza cultural. 
14. La mayoría de la oferta de productos turísticos se lleva a cabo por parte del sector privado. 
15. Irrisarri Land y Bertiz Abentura como reclamo turístico estrella, dentro de la oferta de turismo de naturaleza y turismo activo. 

16. Gran fidelización de la demanda. Un porcentaje muy alto de visitantes vuelve al destino, por ello es importante conocer el perfil del visitante y trabajar también la fase del después de la visita para fidelizarlo. 
17. La oferta alojativa es variada y, en general, de calidad.  
18. La oferta alojativa es un elemento diferenciador del destino y de su posicionamiento. 
19. Gran presencia de elementos diferenciadores ligados a sectores tradicionales (sector primario) que aportan valor y ayudan a la diferenciación del destino. 
20. Presencia destacada de asociaciones empresariales como Baztan-Bidasoa Elkartea o Apopilo y las sinergias y colaboraciones que se generan entre las empresas que las forman. 
21. Larga trayectoria del sector privado. 
22. Existencia de vías de financiación importantes en zonas sobre todo transfronterizas. 
23. Asignaciones económicas para el impulso de la actividad turística por los diferentes ayuntamientos que componen la UGET. 
24. Acciones puntuales que se han desarrollado como la implementación de contadores en puntos concretos del territorio donde se han identificado problemas notorios de masificación. 
25. El esfuerzo de diferentes administraciones para regular y conocer las realidades ligadas a la masificación. 

OPORTUNIDADES

1. Aprovechar el turismo como motor de desarrollo y generación de empleo, así como articulador para la puesta en valor del patrimonio. Asimismo, se entiende como una oportunidad para afrontar el relevo generacional y la despoblación.  
2. Posibilitar la creación de un ente gestor o foro que aglutina a todos los territorios que componen la UGET que tenga capacidades de gestión y planificación turística. 
3. Interés por parte de los territorios para trabajar en común y en el establecimiento de acuerdos de trabajo conjunto con las Comunidades y con las UGET colindantes y redes de territorios europeos. Se identifica un surgimiento de proyectos europeos ligados a intereses estructurales del turismo de Navarra, así como se valora potenciar proyectos transfronterizos 

(Interreg).

4. Posibilidad de estructurar un planteamiento de gestión coordinado ligado a las oficinas de turismo, que permita controlar y colaborar en la gestión del flujo de visitantes. 
5. Aprovechando el actual contexto de pandemia, donde se ha puesto de relieve la necesidad de implantar sistemas de reservas y de compra de servicios, se considera interesante potenciar este tipo de sistemas en todo el sector turístico para la incorporación de otros servicios y productos. 
6. Potenciar los segmentos de turismo de naturaleza y el turismo gastronómico como base para el desarrollo turístico post-covid. 
7. Posicionar el territorio como un destino de turismo deportivo. Potenciar el segmento del cicloturismo: de carretera o de montaña. Es una oportunidad para generar nuevas empresas de servicios especializados y nuevos productos turísticos. 
8. El crecimiento de la demanda de parkings para autocaravanas, abre la puerta a la creación de una oferta dirigida a este perfil de viajeros. 
9. La investigación arqueológica y académica ligada al destino como oportunidad de generación de una oferta turística y de conocimiento histórico-cultural dentro del territorio. 
10. Apuesta por el ecoturismo, potenciando los recursos naturales del territorio y configurando una oferta integral dirigida a este público objetivo. 
11. Recursos con potencial de aprovechamiento en el uso turístico, especialmente en el segmento cultural y rural-naturaleza, y en la modalidad de interpretación, más que en la contemplativa. 
12. Las nuevas necesidades de los turistas en relación a los servicios ofertados en los alojamientos rurales ofrece la posibilidad de diversificación del servicio (de la hostelería, "take away" para los alojamientos, por ejemplo) y la generación de nuevas iniciativas que potencien el producto local como estrategia para incorporar elementos del turismo más gastronómico.  
13. Fidelizar la demanda de cercanía y atraer visitantes del mercado nacional (otras comunidades autónomas además de Madrid y Cataluña) así como el público internacional (principalmente mercado francés). 
14. Trabajar propuestas con otros destinos como el Pirineo para atraer perfiles nacionales no tan relevantes en Baztan-Bidasoa como Valencia o Andalucía. 
15. Destinar recursos a trabajar aspectos de sostenibilidad energética dada la madurez del sector. 
16. Desarrollar y potenciar los sistemas de inteligencia turística en destino, en coordinación con la estrategia de Navarra. 

17. Identificar y desarrollar nuevas líneas de autofinanciación teniendo como base la realidad turística y local. 
18. Aprovechar la oportunidad de afrontar los nuevos retos en el contexto turístico desde una perspectiva integral de sostenibilidad, con el fin de posicionar el destino como referente en esta materia. Se identifican las líneas de movilidad, reducción de la huella de carbono o el cambio climático como temas estratégicos. 

AMENAZAS

1. La falta de planificación y definición de una estrategia puede impedir afrontar problemáticas futuras (o incluso actuales), como ocurre con el tema de la masificación. 
2. Derivar en un modelo turístico insostenible por la ambición del “cuanto más, mejor”: grandes grupos, viajes en autobuses, agencias de viajes extranjeras, saturación de alojamientos, etc. 
3. Fenómenos mediáticos de tanta repercusión como la Trilogía del Baztan. 
4. La percepción externa negativa en torno a Baztan puede generar recelo en otras zonas a la hora de plantear las acciones de promoción del destino. 
5. La falta de capacidad de ofrecer al viajero fidelizado una oferta renovada y atractiva que incentive otra visita. 
6. La cosificación y uniformización de elementos culturales, patrimoniales e identitarios del territorio. 
7. La visión o concepción de la actividad únicamente como negocio en el contexto de los alojamientos puede generar una realidad no ligada al territorio (propietarios/as desvinculados al lugar), incluso generando actitudes de rechazo por parte de los locales. 
8. Falta de financiación. 
9. Especulación inmobiliaria. 
10. Desconexión entre el sector y la realidad local (población local). 
11. Desatención a cuestiones lingüísticas en relación a la integración del euskara en el sector turístico. 



Aholkularitza turistikoa. Turismo Iraunkorra
ideiak eta soluzioak

BIZIBIZIKI SL
Hirigunea 16
20269 Abaltzisketa (Gipuzkoa)
Tlf.: 943 691 608
info@bizibiziki.com
www.bizibiziki.com
CIF.: B75016246