



 Eikertalde

ARRASATE: Arrasateko Turismo Plana

ÍNDICE

PARTE I: A VISTA DE PÁJARO...	5
1.- PANORAMA DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS	7
1.1.- RECURSOS TURÍSTICOS MUNICIPALES DE ARRASATE: PRIMER BALANCE	8
1.2.- RECURSOS TURÍSTICOS COMARCALES DE DEBAGOIENA: PRIMER BALANCE	12
2.- VALORACIÓN DE LOS ACTORES	14
2.1.- VALORACIÓN DE LOS RECURSOS MUNICIPALES - Matriz	14
2.2.- VALORACIÓN DE LOS RECURSOS COMARCALES - Matriz	16
PARTE II: EN POCAS PALABRAS...	19
3.- BREVE DIAGNÓSTICO	21
3.1.- EL PUNTO DE PARTIDA: UN CAMINO POR RECORRER	21
3.2.- RECURSOS TURÍSTICOS DE ACOMPAÑAMIENTO...	21
3.3.- LA EXPERIENCIA COOPERATIVA: UNA GRAN OPORTUNIDAD	21
3.4.- LA COMARCA: UN MARCO DE ALIANZA A OPTIMIZAR	22
3.5.- EL CENTRO DE EUSKADI COMO VALOR	22
4.- ESTRATEGIAS Y PRIORIDADES	23
PARTE III: A LA TAREA...	27
5.- PLAN DE TRABAJO	29

PARTE I
A VISTA DE PÁJARO...

1.- PANORAMA DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Distinguimos dos niveles entre los Recursos Turísticos actuales: por un lado los Recursos propios de Arrasate-Mondragón, y por otro los Recursos Comarcales de Debagoiena.

RECURSOS PROPIOS

ESPACIOS HISTÓRICO - MONUMENTALES

- Casco Medieval Arrasate
- Edificios religiosos
- Balneario de Santa Agueda (Gesalibar)
- Unión Cerrajera (edificio de oficinas, escuela, casas de trabajadores, ermita...)
- Arqueología

PATRIMONIO INMATERIAL - CULTURAL

- Etnografía y Artesanía
- Gastronomía
- Calendario de Fiestas populares municipales
- El euskera
- Eventos culturales singulares

PATRIMONIO INDUSTRIAL

- El cooperativismo
- Historia de la industrialización
- Edificios y elementos del patrimonio industrial

NATURALEZA Y TURISMO ACTIVO

- Parques municipales
- Espeleología
- Escalada
- Rutas senderismo
- Rutas MTB
- Ecosistema Udaltx (encinar oceánico)
- Eventos deportivos

SERVICIOS TURÍSTICOS

- Recursos hoteleros
- Parque de restauración
- Empresas turísticas
- Servicio de Información Turística de Debagoiena (Mancomunidad)
- Oficina de Turismo Comarcal en Arantzazu

RECURSOS DE MUNICIPIOS DE LA COMARCA DE DEBAGOIENA

NATURALEZA

- Cuevas de Arrikruz
- Pantano de Urkulu
- Parque Natural Aizkorri-Aratz
- Vía Verde Ferrocarril Vasco-Navarro.
- Camino Ignaciano

ARANTZAZU

- Ruta de los tres templos
- Conjunto monumental del Santuario de Arantzazu
- Tierra Ignaciana

MUNICIPIOS ATRACTIVOS

- Oñati
- Bergara
- Leintz-Gatzaga

MUSEOS

- Museo Laboratorium
- Centro de Interpretación del Chocolate
- Centro de Interpretación de la Memoria Histórica
- Museo Ibarraundi
- Museo de la Sal

1.1.-RECURSOS TURÍSTICOS MUNICIPALES DE ARRASATE: PRIMER BALANCE

ESPACIO HISTÓRICO – MONUMENTAL

El casco medieval de Mondragón, tiene forma ortogonal y está cercada por una muralla parcialmente conservada, asimilada a los muros externos de las casas del interior del casco. Se trata de una villa medieval que conserva tres de sus antiguos portales de acceso: el portal de Abajo (o Portalón), el de la Concepción o de Iturriotz y el portal de Zurgin, este último el más antiguo de todos".

La estética de las fachadas y los escudos que se conservan en varias de ellas, en general en un buen estado de conservación, y sus aceras peatonales de piedra dotan al casco histórico de un inconfundible carácter medieval digno de ser visitado y observado con detenimiento. Destaca el buen estado de conservación del entramado urbano del casco medieval, tanto en cuanto a la lotización de solares, como en lo referente al trazado de calles, cantones y albañales. Además, dicho casco antiguo como parte de sus arrabales están cerrados al tráfico rodado.

En su interior tanto la casa consistorial como la Parroquia de San Juan Bautista, situadas una frente a la otra en la plaza mayor, son dignos de admirar. La primera de ellas data de una construcción de estilo barroco-rococó del siglo XVIII, del arquitecto Martín Carrera, paradigma de la arquitectura civil vasca del barroco tardío; con un escudo de armas del municipio y con elementos interesantes tales como la escalera principal construida con peldaños trabajados en una pieza única de piedra. La Parroquia es de la época gótica, a excepción del campanario (s.XIII-XIV) y fue restaurada en la década de los 90, sobre columnas clásicas, cuenta con bóvedas muy altas y ventanas góticas, así como gárgolas en su exterior.

Los Palacios y Casas Solariegas –aunque de distintas épocas– aportan reflejos del aspecto que lucía la villa. Entre dichos edificios emblemáticos podemos destacar el Palacio Aranguren o popularmente conocido como Monterrón, la Casa Andikano Zelaa, el Palacio Okendo, el Palacio Andikano-Loiola o el Palacio de Bañez de Artazubiaga entre otros.

Casco Histórico Arrasate

- Casa Consistorial
- Palacios, Portales y Casas solariegas:
 - Palacio de Bañez de Artazubiaga
 - Casa Andikano Zelaa
 - Palacio de Okendo
 - Palacio Andikano Loiola
 - Palacio de Monterrón
 - Portales de Zurgin Kantoï, Kontzesino y Portal de Abajo
- Barrios con identidad propia:
 - Bedoña
 - Garagartza
 - Udala
 - Meatzerreka.
 - Musakola
 - San Andrés

Edificios religiosos

- Parroquia de San Juan Bautista
- Iglesia del Monasterio de San Francisco
- Iglesia de Santa Eulalia de Bedoña
- Ermita de San Valerio
- Iglesias de Gesalibar y Garagartza

PATRIMONIO INMATERIAL – CULTURAL

Las fiestas populares también resultan un reclamo como signo de tradición y ocio. Destacan los festivos de Santa Ageda, San Juan, Maritxu Kajoi, San Nikolas y Santamasak entre los principales. Junto a dichos festejos, el municipio también cuenta con jornadas gastronómicas y ferias de “baserritarras”; que aportan un sabor local al municipio y que se completa con eventos culturales singulares que se organizan en Mondragón, como por ejemplo el Festival de Acordeón (a nivel internacional), de atractivo comarcal o las Jornadas Gastronómicas de Debagoiena.

Entre el patrimonio inmaterial destaca el juego del Doke, práctica singular de Arrasate, donde en semana santa, concretamente en viernes santo, se celebra una competición a nivel intersociedades y el ganador se disputa contra el Ayuntamiento, invitar/organizar una “sardinada”.

En el ámbito gastronómico destaca el “Arbigaixe” (tallo joven del nabo) singularidad gastronómica local. También es tradición el “Karapaixo”, que debido al simbolismo que esconde representa no sólo un trozo de pan con huevo y chorizo, sino el simbolismo de protección y cuidado, ya que eran los padrinos/madrinas quienes durante la cuaresma se lo regalaban a sus ahijadas/os.

Mondragón contaba con una exposición permanente –“*Dinbi, Danba, el golpeteo del martillo. Bixente Barandiaran el último herrero de Arrasate*”- la cual refleja la historia del municipio a través del oficio del herrero y la industria del acero (actualmente cerrada).

Calendario de Fiestas populares municipales

- Santa Ageda (4 y 5/02)
- Sanjuanak (26/06)
- Maritxu Kajoi (1ºviernes/10)
- San Nikolas (06/12)
- Santamasak (22/12)

Etnografía y Artesanía

- Exposición permanente Dinbi Danba

Gastronomía

- Jornadas gastronómicas de Debagoiena
- Baserritarren Azoka

PATRIMONIO INDUSTRIAL

Probablemente, el elemento contemporáneo más definitorio de Arrasate es su carácter industrial unido al cooperativismo como motor económico y social del municipio; sobradamente conocido.

Aunque no explotado turísticamente hasta el momento, su potencia y notoriedad (manifestada en el propio interés espontáneo de visitas que genera) abre expectativas de desarrollo y explotación formalizada como recurso turístico relevante

Los antecedentes del actual cooperativismo residen en la metalurgia. Posteriormente su desarrollo, a finales del s.XIX, se materializó con la adopción de modelos de producción industriales en la fabricación de artículos de cerrajería y ferretería; y los edificios, instalaciones y, en general, patrimonio industrial que queda de esa época.

El Cooperativismo

- Proyecto Estratégico a desarrollar

Historia de la industrialización

- Fábrica ELMA
- Meatzerreka
- Conjunto de las “casas pequeñas”
- Conjunto de edificios UCEM: edificio del reloj, escuela de aprendices, edificio oficinas (actualmente Hotel Mondragón)
- Capilla de San Isidro (obra social UCEM)
- Antiguo balneario de Gesalibar

NATURALEZA Y TURISMO ACTIVO

Mondragón cuenta con un entorno natural, compuesto por los parques municipales tales como Monterrón o Santa Bárbara, que aportan amplios espacios de esparcimiento y de fácil acceso en el propio municipio; como por sus tesoros arqueológicos, Lezetxiki, Kurtzetxiki y Anporreta, entre los más sonados. Además los Montes, Udalatx y Murugain, con sus diversos recorridos y senderos ofrecen la posibilidad de realizar turismo activo de montaña, bien a pie o incluso recorridos en bicicleta; así como actividades de espeleología y de escalada, a través de la escuela de escalada

La cumbre del Besaide, a 564m de altura, entre el Udalatx y Amboto; conocido como el “km 0 del País Vasco” o el punto exacto donde se unen las tres provincias vascas. Alberga el monumento a los Montañeros desaparecidos y el monumento “Fuente de la vida” del japonés Yoshin Ogata.

Los recorridos de Arrasate se completan con una pequeña oferta de turismo activo local y la existencia de algunos eventos unidos a la naturaleza y al turismo activo (Arrasate-Udalatx).

Parques municipales/ Montes

- Parque de Monterrón
- Parque de Santa Bárbara
- Montes: Udalatx; Besaide; Kurtzetxiki; Murgain Anporreta.

Espeleología

- Lezetxiki; Kurtzetxiki; Anporreta; Oterreta, Lezetxe, Kobatxo

Rutas senderismo

- Monte Udalatx
- Gipuzkoako itzulua GR GI -121
- Erregebidea-Bedoña PR-GI 91 (3:25h/11km)
- Udala-Besaide PR-GI 96 (2:30h/6,4km)
- Camino Ignaciano PR GI-106
- Anporretako Bira, Burdinaren bidea PR GI-205
- Murugain, Dragoiaren bidetik PR GI 206
- Tour de Kurtzetxiki SL Gi 42
- Elorrioko Erregebidea

Rutas BTT

- Gran variedad de rutas BTT

Eventos deportivos

- Udalatx carrera de montaña
- Rugby jaia
- San Isidro MTT
- BESAIDE AIBA marcha de montaña
- Subida UDALA
- Campeonato ciclista Enduro
- BESAIDE MondranBike marcha ciclista de montaña
- DORLETAKO AMA Prueba ciclo cross
- Cross Santamas
- Pelota profesional
- Torneo navideño Arrasate Pilota taldea
- Ointxe saski torneo navideño

SERVICIOS TURÍSTICOS

Arrásate cuenta con un parque terciario compuesto por 283 establecimientos de comercio minorista, y 117 establecimientos hosteleros, entre los cuales distinguimos 26 restaurantes y puestos de comida y 91 bares. No obstante, no se distingue ningún referente o establecimiento tractor.

En cuanto al alojamiento propone una oferta variada compuesta de 3 hoteles, 2 pensiones y un agroturismo que, aproximadamente representan una capacidad de alojamiento de 161 pernoctaciones/día.

Existen empresas dedicadas al turismo y ocio, como la empresa Menditxik que ofrece ascensiones de montaña, barranquismo, rutas con raquetas y travesías, así como diversos cursos en distintos puntos de la geografía vasca y del estado, .

Arrasate no cuenta con un punto de información u oficina de turismo, aunque este servicio al visitante se ofrece a través de la oficina comarcal.

Recursos hoteleros

- Hoteles:
 - Hotel Mondragón: 78 plazas
 - Hotel Arrasate: 22 plazas
 - Hotel Santa Ana: 25 plazas
- Pensiones:
 - Uxarte: 10 plazas
 - Urizar: 14 plazas
- Casa rural:
 - Artega 12 plazas

Parque de restauración

- 26 Restaurantes
- 91 Bares

Empresas turísticas

- Menditxik Guías de montaña y barrancos
- Iraganeko Oinatzak

Servicio de Información Turística de Debagoiena

- En la oficina de la Mancomunidad de Debagoiena
- Oficina de información turística Comarcal en Arantzazu

1.2.- RECURSOS TURÍSTICOS COMARCALES DE DEBAGOIENA: PRIMER BALANCE

SANTUARIO DE ARANTZAZU

El Santuario de Arantzazu constituye en sí mismo un referente del turismo vasco punto de atractivo a nivel comarcal y provincial; cargado de simbolismo además como punto de encuentro extraordinario del arte vasco (Oteiza, Chillida. etc...), y referente religioso y espiritual . Enmarcada en la ruta de los tres templos, su belleza y singularidad hacen que de Arantzazu el punto más visitado de la comarca.

Santuario de Arantzazu

- Ruta de los tres templos
- Camino Ignaciana/ Tierra Ignaciano
- Peregrinación: Mondragón-Arantzazu (PR GI 106)

RECURSOS CULTURALES – MUSEOS

La comarca del Debagoiena esta dotada de Museos de distinta tipología, entre los cuales destacan el Museo Laboratorium (en Bergara) de reciente creación apoyado en la ciencia y el conocimiento y el hito que supuso el descubrimiento del Wolframio por parte de los hermanos Elhuyar; el Centro de Interpretación del Chocolate (en Oñati), el Museo Ibarraundi (en Eskoriatza) y el Museo de la Sal (en Leintz Gatzaga).

Recursos culturales – Museos

- Museo Laboratorium
- Centro de Interpretación del Chocolate
- Museo Ibarraundi
- Museo de la Sal
- Centro de Interpretación de la Memoria Histórica de Elgeta

MUNICIPIOS ATRACTIVOS

La comarca de Debagoiena cuenta con municipios atractivos, dotados de cascos históricos visitables y envueltos de edificios emblemáticos como casas consistoriales, palacios o universidades, tales como la de Oñati o Bergara, con un alto valor cultural.

Municipios atractivos

- Oñati
 - Casco histórico
 - Universidad
- Bergara
 - Casco histórico
 - Real Seminario Patriótico Bascongado de Bergara
- Leitz-Gatzaga :
 - Casco histórico
 - Santuario de Dorleta

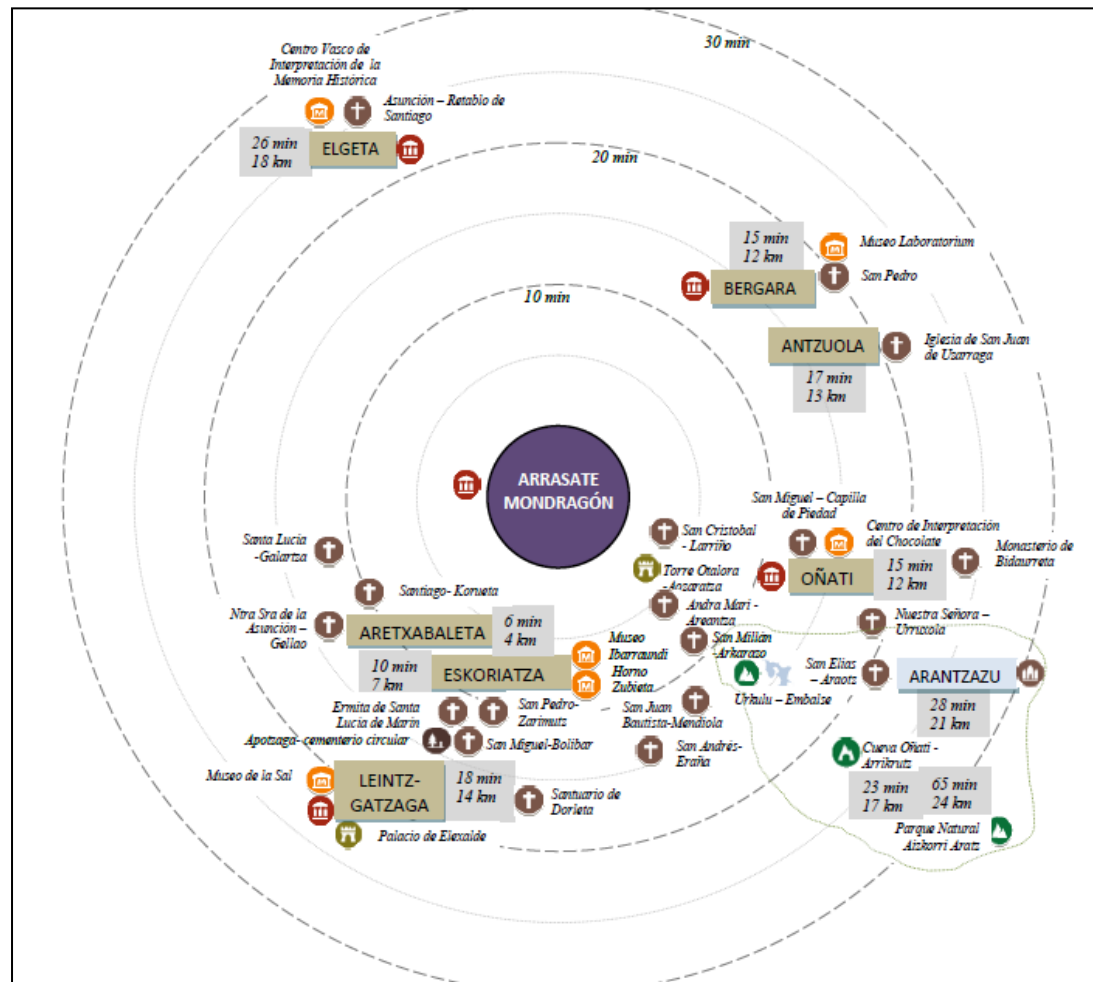
RECURSOS NATURALES

En la comarca de Debagoiena hay diversos recursos naturales entre los que destacan las cuevas de Arrikruz o el Parque Natural de Aizkorri – Aratz y el Pantano de Urkulu, como destino de recreo en plena naturaleza. Además e toda una red de rutas y recorridos locales y provinciales de distinto rango señalizados y acompañados de parques y merenderos.

Recursos Naturales

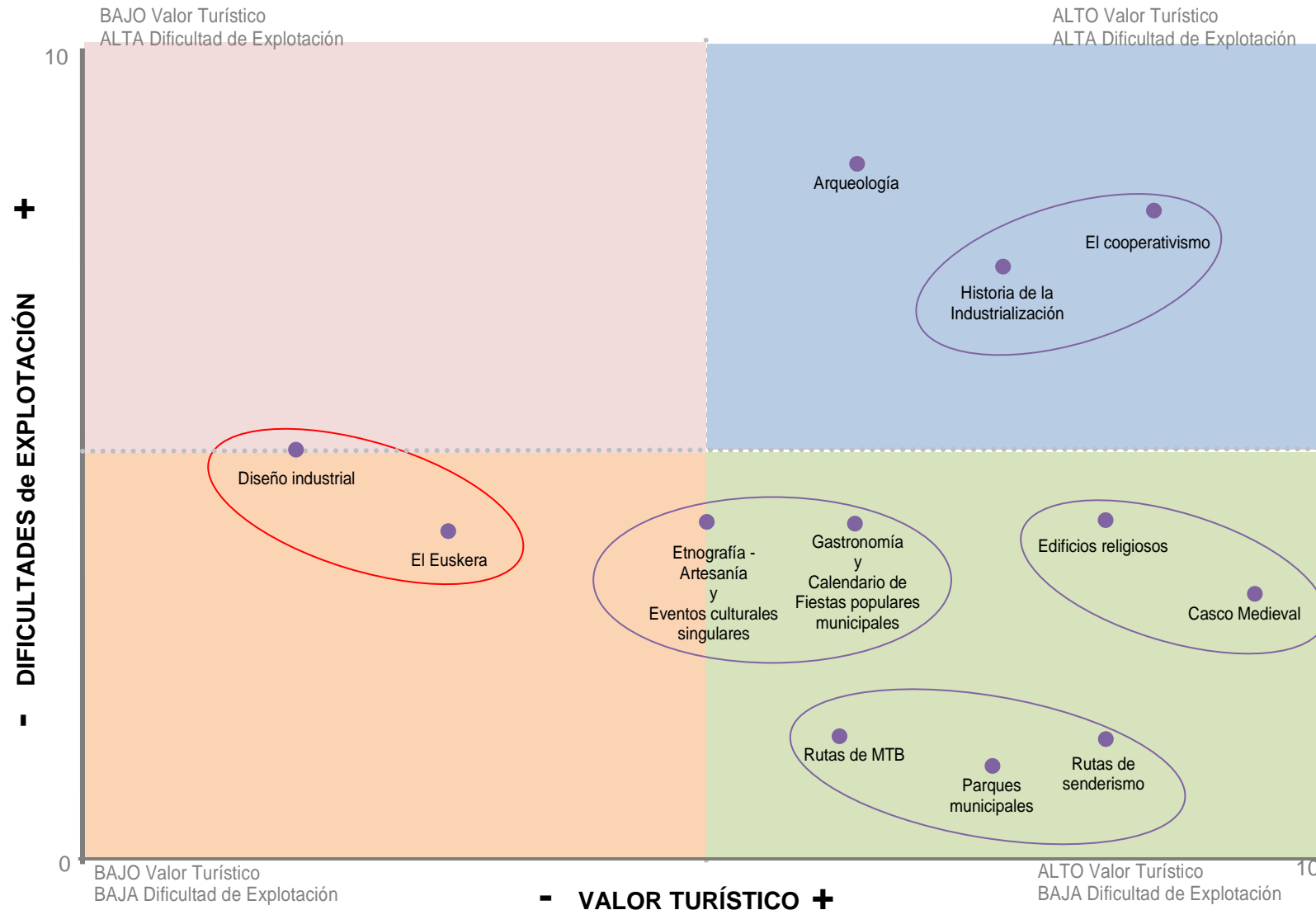
- Cuevas de Arrikruz
- Pantano de Urkulu
- Udalatx ecosistema
- Parque Natural de Aizkorri – Aratz
- Rutas y Senderismo (Ruta de los dólmenes Karakate- Elosua, Vía Verde Vasco-Navarro)

LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE LA COMARCA -DEBAGOIENA- Plano de Isocronas



2.- VALORACIÓN DE LOS ACTORES

2.1.- VALORACIÓN DE LOS RECURSOS MUNICIPALES – Matriz

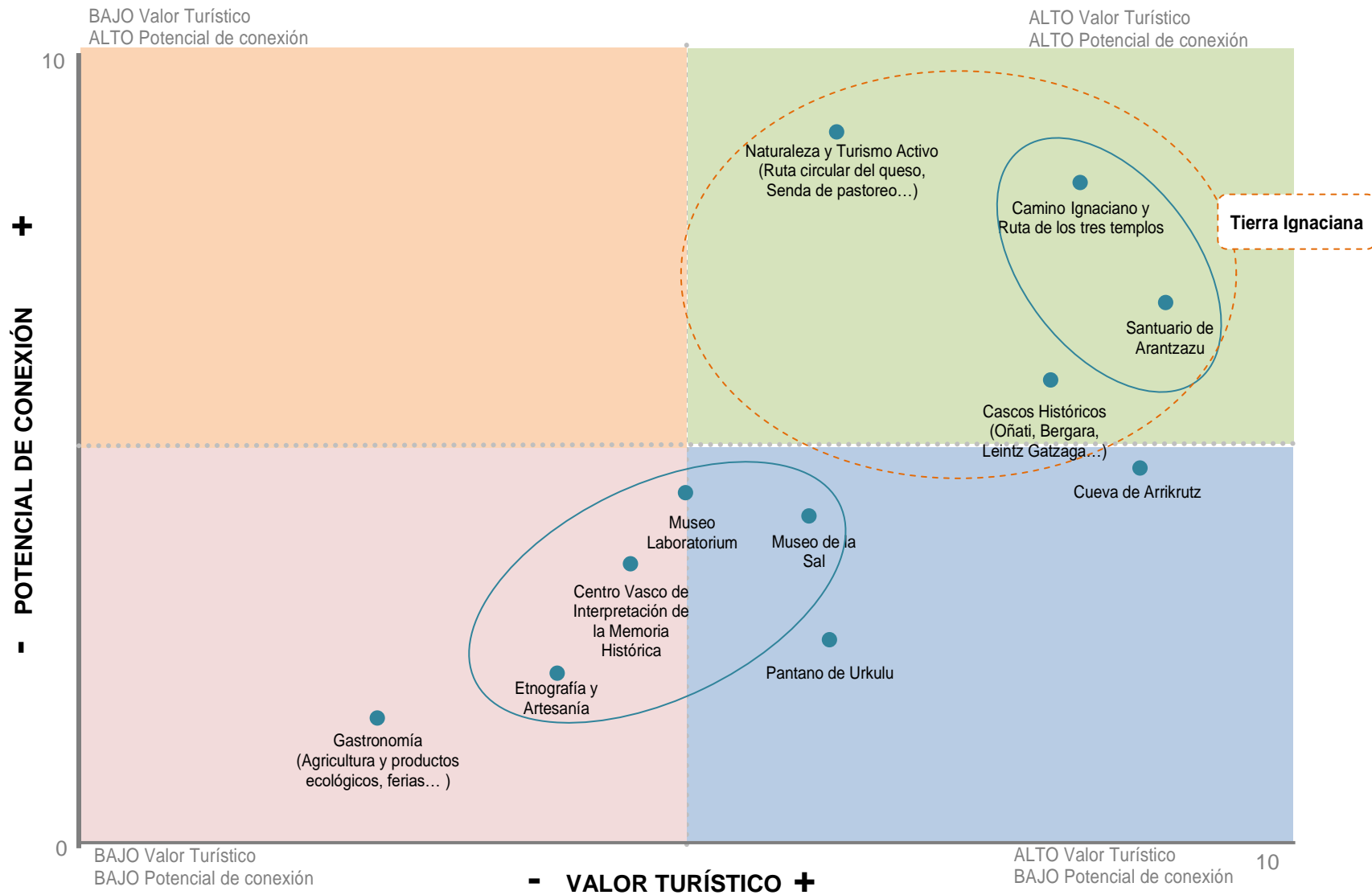


En la Matriz que sintetiza **la valoración realizada por los distintos actores participantes a la sesión de valoración**¹ de los Recursos Turísticos de Arrasate, se plantean 5 grandes grupos temáticos o familias.

- ➔ En primer lugar, en **el escenario óptimo de alto valor turístico y baja dificultad de explotación**, el binomio compuesto por el Casco Medieval y los edificios singulares y religiosos, principalmente la Parroquia San Juan Bautista y la Casa Consistorial.
En segundo lugar identificamos el “paquete verde” o la oferta ligado a la naturaleza con alto valor turístico. Con menor valor turístico que el otorgado al casco medieval, pero con baja dificultad de explotabilidad, ya que los senderos a pie y en bicicleta y los parques municipales ya están adecuados y son visitables; por lo que no necesitan adecuación.
El tercer grupo, en el mismo cuadrante, sería el compuesto por recursos inmateriales tales como la gastronomía y el calendario de fiestas, junto con la etnografía y artesanía y los eventos singulares. Con una dificultad de explotación a nivel turístico medio-baja y un valor turístico medio.
- ➔ Por otro lado, identificados como **de alto valor turístico pero al mismo tiempo con alta dificultad de explotación** nos encontramos con elementos relacionados con el patrimonio industrial. Así, tanto el Cooperativismo (con un mayor valor turístico pero con gran nivel de dificultad para su desarrollo y posterior explotación turística), como la Historia de la industrialización (con alto valor pero dificultad media-alta de explotación), se han identificado como recursos propios importantes y atractivos a nivel turístico que requieren de un esfuerzo para su explotabilidad.
En este mismo cuadrante (azul), se sitúa la Arqueología, es decir las cuevas de Leize-txiki o Kobahandi, las cuales tienen un valor turístico medio, inferior a los dos elementos anteriores, y con un muy alto nivel de dificultad de explotación, debido a que se trata de elementos que no están visitables y que necesitarían de una gran adecuación e inversión.
- ➔ Por último en el cuadrante de **bajo valor turístico y baja dificultad de explotación** se sitúan elementos inmateriales como el euskera y el Diseño industrial. Ambos han sido valoradas como de bajo valor turístico y una dificultad de explotación media-elevada; por lo que su desarrollo turístico no resulta atractivo.

¹ Se recogen exclusivamente las valoraciones, aportaciones y sugerencias de los agentes asistentes a la reunión de valoración de los Recursos Turísticos.

2.2.- VALORACIÓN DE LOS RECURSOS COMARCALES - Matriz



En la Matriz de valoración de los Recursos Turísticos de la Comarca de Debagoiena se vislumbra un claro foco de identidad turística, englobado bajo la denominación de Tierra Ignaciana.

- ➔ Encuadrados en el escenario óptimo de alto valor turístico y baja dificultad de explotación, nos encontramos con el Santuario de Arantzazu como elemento de mayor valor turístico y potencial de conexión con el municipio de Arrasate, unido al Camino Ignaciano y la Ruta de los Tres Templos, estos dos últimos, con un menor valor turístico y mayor conectividad que el anterior. A dichos recursos se añaden la Naturaleza y el Turismo Activo, junto con la Ruta Circular del queso y la Senda de Pastoreo, entre otras; y los Cascos Históricos de municipios comprendidos en la Tierra Ignaciana, Oñati, Bergara y Leintz Gatzaga. Todo ello forja un ecosistema identificado como Tierra Ignaciana que ofrece varios recursos turísticos en un mismo espacio y con una identidad única.
- ➔ En el segundo cuadrante, con alto valor turístico y bajo potencial de conexión, se sitúan el Pantano de Urkulu y las Cuevas de Arrikruz (con un alto valor turístico), suponen recursos turísticos atractivos pero con dificultad para conectarlos al municipio de Arrasate.
- ➔ En tercer lugar y enmarcados en el cuadrante de bajo valor turístico y bajo potencial de conexión, se sitúan los recursos culturales y museísticos de la comarca, junto al patrimonio etnográfico y artesanal, el Museo de la Sal, el Laboratorium o el Centro de Interpretación de la Memoria Vasca, entre otros. Del mismo modo, la gastronomía unida a la Agricultura ecológica y productos locales, se clasifica como un recurso con bajo valor turístico y escasa potencialidad de conexión.

PARTE II

EN POCAS PALABRAS...

3.- BREVE DIAGNÓSTICO

3.1.- EL PUNTO DE PARTIDA: UN CAMINO POR RECORRER

En Arrasate-Mondragón, hasta ahora, municipio de referencia para la industria del País Vasco, el turismo constituye aún un elemento marginal y relativamente extraño a su cultura, no trabajado sino en términos de delegación a través de las instituciones comarcales.

En Debagoiena, Arantzazu constituye el foco de referencia turística y con él su entorno natural y de atractivos inmediato. En la comarca, en su globalidad, a pesar de los crecientes avances que se van registrando en algunos focos municipales, la actividad turística tampoco constituye aún, comparativamente con otras zonas, un elemento de impulso económico significativo; ni disfruta de un eje o identidad compartida que vertebrase la oferta.

3.2.- RECURSOS TURÍSTICOS DE ACOMPAÑAMIENTO...

Aunque desde la perspectiva local los atractivos municipales que se enumeran son numerosos (ver capítulo 1), desde una valoración objetiva y fría...resultan menores en términos de capacidad de atracción externa por sí mismos. La oferta que puede configurarse resulta especialmente interesante como “complementaria” o de acompañamiento...

- para arropar a elementos realmente atractivos del municipio, si los hubiera (punto 3)
- para establecer conexiones y sinergias con la oferta comarcal existente (punto 5)

3.3.- LA EXPERIENCIA COOPERATIVA: UNA GRAN OPORTUNIDAD

La notoriedad internacional y el desarrollo que ha alcanzado el ecosistema cooperativo en Arrasate/ Mondragón (sede de la corporación empresarial más importante del País Vasco, con actividades industriales, financieras, de distribución comercial, educativas y de conocimiento...); y la particularidad social del mismo, constituyen un atractivo de movilización turística de alto potencial.

3.4.- LA COMARCA: UN MARCO DE ALIANZA A OPTIMIZAR

El marco de atractivos de la comarca, con el punto caliente de Arantzazu y un amplio abanico de recursos de razonable interés y carácter diverso (ver capítulo1), en un entorno geográfico de menos de 30 minutos, constituye un campo de juego para integrar la oferta de Arrasate y generar sinergias.

La existencia de un elemento motor en Arrasate favorecería, además ese planteamiento, por cuanto ayudaría a estructurar territorialmente buena parte de la oferta comarcal.

3.5.- EL CENTRO DE EUSKADI COMO VALOR

La ubicación geográfica de Arrasate, en el centro geográfico de la CAE; a menos de 30 minutos de Vitoria- Gasteiz y 45 minutos de Bilbao y Donostia-San Sebastián, y en el eje de cruce norte-sur de la península ibérica ofrece, una plataforma ideal para la visita. En particular para:

- El turista captado por la centralidad de las tres capitales
- El excursionista de todo el País Vasco y una corona territorial del mismo relativamente amplia

4.- ESTRATEGIA Y PRIORIDADES

A partir de retrato de recursos turísticos municipales y comarcales; de la valoración efectuada de los mismos por los actores en términos de potencial y dificultades de valorización; y del potencial transformador que presentan los diferentes recursos, etc. cabe establecer la siguiente estrategia de gestión:

- **La progresiva materialización de la Experiencia Cooperativa** como producto turístico que abre un gran campo de oportunidad y eleva las expectativas de lo que puede suponer este campo de trabajo municipalmente.
- Su proyección favorable a futuro, **resitúa el resto de recursos municipales** y los pone en valor como elementos complementarios o de acompañamiento.
- Y, **a nivel comarcal**, ofrece igualmente oportunidades para vertebrar la oferta existente a partir de una identidad “social” compartida en todo el valle que genere sinergias en **un marco comarcal de oferta reconocible y más compacta**

En ese contexto, **LA ESTRATEGIA DE TRABAJO** abre dos líneas de esfuerzo:

- **RECURSO COOPERATIVO COMO PROYECTO A MEDIO PLAZO:** Se trata de trabajar para dinamizar el proyecto estratégico de la Experiencia Cooperativa que permita, a medio plazo y en términos de proceso, poner en valor ese recurso.
- **RECURSOS MUNICIPALES Y COMARCALES COMPLEMENTARIOS:** Se hace imprescindible generar condiciones de partida para optimizar los recursos municipales disponibles a día de hoy; y generar sinergias comarcales en torno a una oferta más compacta.

Desde esa doble ESTRATEGIA, a corto plazo las DIRECTRICES O PRIORIDADES DE TRABAJO apuntan hacia...

TURISMO VERDE

Ámbitos clave

Abanico de recursos diversos, en proceso de trabajo por parte del Ayuntamiento que, aunque de potencial turístico moderado, constituye el campo de trabajo más inmediato y accesible (menos complejo).



Directrices de trabajo

Necesidad de otorgar a estos recursos mayor visibilidad y generar condiciones mínimas de explotación en términos de turismo activo

CASCO HISTÓRICO MEDIEVAL

Ámbitos clave

Atractivo y desconocido. Ha de ser el elemento soporte de la potencial actividad turística con capacidad de generación de gasto terciario en Arrasate.



Directrices de trabajo

Imprescindible su puesta en valor para darle mayor protagonismo y visibilidad en el espacio urbano, y hacer factible una visita ordenada y turísticamente explotable.

EXPERIENCIA COOPERATIVA + PATRIMONIO INDUSTRIAL

Ámbitos clave

La Experiencia Cooperativa constituye un elemento de alto potencial a gestionar de manera colaborativa con Mondragón Corporación para hacer del mismo, el recurso turístico motor del municipio.



Directrices de trabajo

Necesidad de abordar un trabajo complejo de materialización del producto desde una lógica visible, experiencial e integrada con el resto de recursos turísticos y terciarios del municipio

Antecedentes industriales y patrimonio asociado, de cara a la valoración y de capacidad tractora inferior a la experiencia cooperativa. Debate sobre la prioridad del destino de esos recursos, para su disfrute por parte de los vecinos o la optimización turística (ejemplo Kulturola).



Integración de la cultura del hierro y el pasado industrial como antecedente histórico de la actual Experiencia Cooperativa; y supeditado turísticamente a la explotación de éste.

PATRIMONIO INMATERIAL

Ámbitos clave

Existencia de algunos elementos, hoy menores, que pueden llegar a constituir referencias que refuercen la seña identitaria de las actuales dinámicas festivas.



Directrices de trabajo

Apuesta sostenida por su inclusión en los programas festivos de forma participativa y social para poder reforzar a medio plazo su carácter referente o icono en términos lúdico-culturales.

TIERRA IGNACIANA y COMARCA

Ámbitos clave

Los recursos comarcales actuales no generan sinergias significativas con Arrasate; en parte por la “ausencia” de Arrasate en la dinámica turística hasta el momento; y en parte por falta de una marco o relato compartido sobre el que generar puentes y conexiones entre los diferentes recursos municipales.



Directrices de trabajo

Optimización del marco que ofrece la Tierra Ignaciana como espacio de trabajo conjunto, para dar cuerpo a recurso comarcales conexos y en red

ELEMENTOS TRANSVERSALES DE TRABAJO: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN

Ámbitos clave

Más allá del trabajo sobre los recursos turísticos existentes y su optimización, la gestión turística de Arrasate necesita de elementos transversales a los mismos en términos de empresa turístico-terciaria y comunicación sobre el municipio como destino.



Directrices de trabajo

Refuerzo del parque empresarial turístico-terciario y su competitividad como base de trabajo y fuerza de ventas turística.
Formalización de los elementos de Marca de Ciudad como instrumento de comunicación y Marketing

PARTE III

A LA TAREA...

5.- PLAN DE TRABAJO

EJES	LÍNEAS	ACCIONES	PRIORIDAD	PLAZO PUESTA EN MARCHA	PRESUPUESTO
EJE 1.- TURISMO VERDE	1.1.- DAR CONTINUIDAD (Y MANTENIMIENTO) AL ESFUERZO DE BALIZAMIENTO Y ACONDICIONAMIENTO tanto de los recorridos; como de los eventos y animación existentes Y SENTAR LAS BASES PARA LA EXPLOTACIÓN DEL TURISMO ACTIVO.	1.1.1.- FAVORECER LAS ACTIVIDADES DE TURISMO ACTIVO (Actuación Municipal al respecto)	<i>Alta</i>	<i>1 año</i>	<i>Variable en función del proyecto y forma de gestión</i>
		1.2.- REFORZAR LA DIMENSIÓN COMUNICATIVA Y DE PROYECCIÓN de este tipo de recursos... a través de actividades de rango que posicionen a Arrasate (1.2.1.); fórmulas colaborativas de explotación de los recursos propios y medios tradicionales (1.2.3.)	1.2.1.- MENDIZALE ENCOUNTER	<i>Media</i>	<i>6 meses</i>
		1.2.2.- MATERIALES DE DIFUSIÓN	<i>Alta</i>	<i>6 meses</i>	<i>15.000€</i>
EJE 2.- CASCO MEDIEVAL	2.1.- LA ISLA MEDIEVAL DE ARRASATE	2.1.1.- RELATO y RECORRIDOS	<i>Media/Alta</i>	<i>6 meses</i>	<i>8.000€</i>
		2.1.2.- SEÑALETICA Y BALIZAMIENTO	<i>Alta</i>	<i>6 meses</i>	<i>15.000€</i>
		2.1.3.- ANIMACIÓN por CONTRASTE	<i>Media/Baja</i>	<i>1 año</i>	<i>Variable</i>
		2.1.4.- JUEGOS INTERACTIVOS	<i>Baja</i>	<i>1 año</i>	<i>1.000-15.000€</i>
		2.1.5.- VISITAS GUIADAS	<i>Alta</i>	<i>6 meses</i>	<i>Variable: forma de gestión. Subcontratación 25€/hora</i>
		2.1.6.- ¿APP; NFC; Códigos QR?	<i>Media</i>	<i>6 meses</i>	<i>Variable: según tecnología</i>
		2.1.7.- ACONDICIONAMIENTO PROGRESIVO DE ELEMENTOS	<i>Media/Alta</i>	<i>1 año</i>	<i>Variable</i>

EJES	LÍNEAS	ACCIONES	PRIORIDAD	PLAZO PUESTA EN MARCHA	PRESUPUESTO
EJE 3.- EXPERIENCIA COOPERATIVA y PATRIMONIO INDUSTRIAL	3.1.- LA EXPERIENCIA COOPERATIVA: IDEAS CLAVE 1.- Proyecto público-privado (Ayuntamiento - CORPORACIÓN MONDRAGÓN): 2.- Turismo experiencial 3.- Distintos niveles de trabajo: • Experiencias complementarias espacialmente dispersas con... • La comarca y sus atractivos como marco complementario enriquecedor 4.- Segmentos de Mercado: doble público • Cooperativistas del mundo y visitantes movidos por la experiencia "social" (Target específico) • Turista General (Target Complementario) 5.- Gestión Colectiva - Mondragón Turismo Cooperativo 6.- Proyecto de rango CAE	3.1.1.- GENERACIÓN DEL MARCO DE COLABORACIÓN NECESARIO (En curso) Y DEFINICIÓN Y MATERIALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO	<i>Muy Alta</i>	<i>1 año</i>	<i>30.000€</i>
		3.1.2. ELEMENTO DE ACOMPAÑAMIENTO: A.- Menú cooperativo B.- CRAFT-BILDUMA	<i>Media</i> <i>Media</i>	<i>1 año</i> <i>6 meses</i>	<i>5.000€</i> <i>10.000€</i>
	3.2.- PATRIMONIO HISTÓRICO INDUSTRIAL: RELATIVIZACIÓN Y REORIENTACIÓN DE USOS			<i>n.p.</i>	<i>n.p.</i>
EJE 4.- PATRIMONIO INMATERIAL	4.1.- VIEJAS COSTUMBRES, NUEVAS TRADICIONES		<i>Baja</i>	<i>6 meses</i>	<i>n.p.</i>
	4.2.- CULTURA, FIESTAS Y DEPORTE COMO ELEMENTOS DE COORDINACIÓN CON TURISMO		<i>Alta</i>	<i>Inmediata</i>	<i>n.p.</i>
EJE 5.- TRATAMIENTO COMARCAL DE RECURSOS MUNICIPALES	5.1.- OPTIMIZACIÓN COLECTIVA DE RECURSOS MUNICIPALES: EL CASO DEL TERRITORIO IGNACIANO	5.1.1.- ELEMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO AL ÁMBITO IGNACIANO	<i>Media</i>	<i>1 año</i>	<i>n.p. en su fase inicial</i>
	5.2.- TRATAMIENTO COMARCAL DE RECURSOS MUNICIPALES	5.2.1.- REDES DE RECURSOS MUNICIPALES	<i>Media</i>	<i>1 año</i>	<i>n.p. en su fase inicial</i>
EJE 6.- EMPRESA: CALIDAD y COMPETITIVIDAD	6.1.- INTENSIFICACIÓN DE LA COORDINACIÓN CONTINUADA EN ESTOS Y NUEVOS ÁMBITOS		<i>Alta</i>	<i>Inmediata</i>	<i>n.p.</i>
EJE 7.- PROYECCIÓN EXTERNA	7.1.- COMUNICACIÓN	7.1.1.- FORMALIZACIÓN DE MARCA + SLOGAN	<i>Alta</i>	<i>1 año</i>	<i>3.000€</i>
		7.1.2.- DIMENSION ON LINE Y POSICIONAMIENTO	<i>Alta</i>	<i>6 meses</i>	<i>15.000€</i>
	7.2.- INFORMACIÓN	7.2.1.- PUNTOS DE INFORMACIÓN	<i>Media/Alta</i>	<i>6 meses</i>	<i>18.000€</i>

EJE 1.- TURISMO VERDE:

Aun cuando no constituye su elemento de identidad más resaltable, dada su ubicación centrada en la CAE y su entorno natural (Parque Aitzkorri-Aratz), constituye uno de los recursos más inmediatos y directos del municipio, junto con Besaide y Udalatx.

En su vertiente más básica, el municipio acoge total o parcialmente una serie de Pequeños Recorridos (PR-GI 106 Arrasate-Arantzazu; PR-GI 96 Udala-Besaide; PR-GI 91 Erregebide-Bedoña; PR-GI 42 Tour de Kurtzetxiki; y Vía Verde Vasco-Navarro) y Grandes Recorridos, (GR 121 Vuelta a Gipuzkoa) que se ven complementados por una amplia red de itinerarios semejantes en el resto de la comarca; una pequeña oferta empresarial de turismo activo local complementario (no orientado a los recursos municipales); y la existencia igualmente de algunos eventos deportivos o de turismo activo tales como, Arrasate-Udalatx, cros populares (Arrasate-Oñati, cros-roller, cros de Santamas), travesías de montaña y otros eventos en ese campo. A partir de esta lógica el Plan propone:

1.1.- DAR CONTINUIDAD (Y MANTENIMIENTO) AL ESFUERZO DE BALIZAMIENTO Y ACONDICIONAMIENTO tanto de los recorridos; como de los eventos y animación existentes **Y SENTAR LAS BASES PARA LA EXPLOTACIÓN DEL TURISMO ACTIVO.**

El Ayuntamiento ha abierto ya hace algún tiempo la progresiva validación y acondicionamiento de itinerarios, a fin de favorecer su tránsito desde una lógica tanto deportiva como informativo-pedagógica.

Se propone dar continuidad a ese esfuerzo de acondicionamiento de los recursos existentes; y de sostenimiento de la animación activa de los mismos tanto desde actividades específicas de turismo activo como de eventos asociados.

1.1.1.- FAVORECER LAS ACTIVIDADES DE TURISMO ACTIVO (Actuación Municipal al respecto)

DESCRIPCIÓN: Vincular y orientar las actividades de desarrollo en este campo con las opciones de explotación de turismo activo que pueda ofrecer el municipio. Actividades que apuntan hacia distintas alternativas de Paseos de Montaña (visitas a la minas de hierro de Udalatx; o las trincheras de Muru; de Espeleología (cruce de Kobahandi y subida a la entrada de Leze-Txiki); Multiaventura (Tirolina, escalada...); Circuitos de BTT; travesías Nordik Walking u otros. Del mismo modo, surgen actividades conexas, no tanto con el turismo verde, pero sí con el turismo activo, como son las actividades deportivas y la necesidad de instalar un espacio de caravanas.

TAREAS:

DEFINICIÓN DE LA OFERTA, LAS FORMAS DE EXPLOTACIÓN, INVERSIONES Y LANZAMIENTO DEL PROYECTO

- Identificar las necesidades del mercado en materia de turismo relacionado con la naturaleza y la aventura (informe Aneta sobre el turismo activo en España).
- Identificar las características naturales y recursos de Arrasate adecuados para el desarrollo de este tipo de actividades.
- Optimizar las actividades deportivas existentes y su proyección turística.
- Analizar la necesidad de un punto de reunión de auto caravanas en Arrasate, como medio de alojamiento frecuentado por turistas practicantes del turismo verde.
- Contrastar las posibles alternativas con agentes del sector y analizar la posibilidad de desarrollarlas conjuntamente.
- Analizar junto a la empresa las posibles actividades a realizar y analizar la viabilidad económica de las mismas.
- Presupuestar las necesidades materiales e infraestructura necesaria para el desarrollo de la actividad. Las inversiones las realizaría el Ayuntamiento.
- Una vez decidida la actividad a poner en marcha y realizadas las inversiones (o proyecto de puesta en marcha), elaborar y aprobar en el Ayuntamiento un pliego de condiciones técnicas y administrativas que detallen las condiciones en las que se quiere ofrecer la actividad, calendario y los requisitos de participación, entre otros aspectos. También se puede incluir un Plan de Viabilidad orientativo para el desarrollo de la actividad.
- Realizar una convocatoria para la concesión de la gestión de la actividad a realizar.
- Seleccionar a la empresa adjudicataria.
- Plan de Marketing y difusión.
- Seguimiento y evaluación de los proyectos

PRESUPUESTO: Variable en función del proyecto y forma de gestión.

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 1 año

PRIORIDAD: Alta

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

{ www.aneta.es: Asociación Nacional de Turismo Activo

{ www.aktiba.info: Asociación de empresas de Turismo Activo de Euskadi

{ www.txindokikoitzala.com: Parque de aventura con diferentes actividades (descenso de cañones, ruta temática, visita al Pastor de Aralar, escalada, parque de aventura nocturno, parque multiaventura) y tienda de productos autóctonos de Lurlan

{ Concurso para la gestión de un Parque de árboles en Abaltzizketa: [enlace](#)

1.2- REFORZAR LA DIMENSIÓN COMUNICATIVA Y DE PROYECCIÓN de este tipo de recursos... a través de actividades de rango que posicionen a Arrasate (1.2.1.); fórmulas colaborativas de explotación de los recursos propios (1.2.2.) y medios tradicionales (1.2.3.)

Actuaciones planteadas:

- 1.2.1.- MENDIZALE ENCOUNTER
- 1.2.2.- MATERIALES DE DIFUSIÓN

1.2.1.- MENDIZALE ENCOUNTER

DESCRIPCIÓN: Evento que permita a Arrasate adquirir **notoriedad** y **posicionarse** en ese contexto de forma diferenciada.

Los eventos asociados a recorridos y/o carreras de montaña (trails, ultratrails etc), han tenido un gran desarrollo estos últimos años en la CAE; y se han constituido en eventos que ofrecen proyección y notoriedad al municipio y sus recurso en ese campo. Existen ya otros municipios y comarcas que, por sus características y apuesta anticipativa, han tomado ya posición de ventaja en ese campo. En este sentido, Arrasate debe encontrar un flanco de trabajo complementario, diferente, que le posibilite esa proyección y llamada al visitante, al tiempo que coordina esa actividad con otras iniciativas comarcales como Puntaik Punta o Besaide Eguna.

Esta circunstancia coincide con el hecho de que la afición a la montaña en su sentido más clásico no vive su mejor momento entre los jóvenes (caída del número de federados). Y con el hecho simbólico de lo que representa BESAIDE para el montañismo vasco como punto de encuentro de los tres territorios históricos

Por ello se sugiere trabajar la idea de... **BIHARKO MENDIZALEAK: GOGAIDEOK ETA BIDAIDEOK BESAIDEN. Una suerte de “Mendizale Encounter” para trabajar la sensibilización por la afición a la montaña en sí, el conocimiento del medio, la sostenibilidad, los valores tradicionales del mendizale, más allá de la competición por el más rápido y más fuerte.**

- un evento festivo de corte intergeneracional y en el que quepan tanto las actividades educativas orientadas al público **familiar y juvenil** como el rol de tutorizaje y referencia de la vieja guardia o montañeros de renombre:
- que trabaje la idea de combinar **el conocimiento del medio, la montaña vasca y la sostenibilidad medioambiental, en su caso, con elementos de competición asociados a esos campos** (conocimiento/educación + deporte); pesando en el “mendizale del siglo XXI”.
- que implique a la **federación vasca y a clubs de montaña de los tres territorios**
- **centros educativos** de los tres territorios.
- **en que los mendizales más conocidos sean ponentes, animen talleres, etc.**

(fiesta mendizale con alto componente escolar/familiar, talleres, recorridos y relación con el entorno, relatos de experiencias y una vertiente de competición por grupos que afrontan pruebas de montaña en términos de conocimiento del medio y prácticas y comportamientos sostenibles integrales... más que de poderío físico y rapidez).

TAREAS:**DEFINICIÓN DE LA ACTUACIÓN EN COORDINACIÓN CON OTRAS ACTIVIDADES SIMILARES Y DINAMIZACIÓN DE LA MISMA**

- Constitución de un “grupo de trabajo” específico para trabajar en el diseño del proyecto (CVC, asociaciones municipales, agencia desarrollo, clubs de montaña...) liderado por el ayuntamiento de Arrasate. Se busca implicación y compartir gastos del proyecto.
- Analizar cómo se complementa este evento con “Puntaik Punta” de Debagoiena e implicar a los organizadores y colaboradores en el mismo. Definir el Público Objetivo y necesidades/deseos de los mismos para desarrollar un programa atractivo.
- Análisis del calendario de eventos para adecuar la fecha del evento en el calendario existente.
- Identificación y selección de actividades a desarrollar: Charlas, debates, pruebas por equipos, competiciones entre territorios, bar, conciertos, exposiciones, actividades infantiles, hinchables, rutas, talleres de interpretación de huellas, comida popular, homenaje al monumento...
- Búsqueda de socios o patrocinadores.
- Plan de difusión y marketing.
- Plan de Comercialización del evento.
- Creación y venta de productos específicos.

Se propone empezar con un evento de dimensiones reducidas que en función del éxito permita crecer.

PRESUPUESTO: Variable en función de los recursos disponibles. 15.000,00€ - 30.000,00€

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 6 meses

PRIORIDAD: Media

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

- { <http://puntaikpunta.turismodebagoiena.com/>
- { <http://www.encuentrosenderismolanzarote.com>
- { XXI Encuentro de montañeros leoneses
- { XLIV encuentro de montañeros veteranos
- { Maratón de Berlín

1.2.2.- MATERIALES DE DIFUSIÓN

DESCRIPCIÓN: Actualizar los materiales de difusión y elementos comunicativos (ver líneas de acción 7.1. y 7.2.).

Es fundamental generar y poner en manos de los visitantes los materiales y espacios (físicos y digitales) que les permita interactuar en todas las fases del viaje. Cada fase requiere unos espacios y estrategias concretas a las que hay que dar respuesta. Desde que está soñando y planificando, hasta cuando está comprando, experimentando o posteriormente recomendando.

TAREAS:

- Identificar todas las etapas que recorre el potencial turista (En esta fase resulta muy útil una herramienta que se llama Mapa de Experiencia de Clienta - *Customer Journey Map*). Un Turista recorre varias fases a lo largo de un viaje o una estancia.
 1. En primer lugar sueña o se imagina las vacaciones, y entonces comienza a informarse sobre el destino, que puede hacer, lugares, alojamientos...
 2. Una vez decide el destino realiza la compra del viaje, hoy en día cada vez más de forma individual y sin recurrir a agencias de viaje.
 3. Una vez el turista llega al destino se suceden las experiencias: alojamiento, gente, hostelería, transporte, conectividad... Todos los elementos y recursos van a contribuir a la experiencia de viaje del turista.
 4. La Experiencia del viaje va a ser clave a la hora de que el turista recomiende el destino en las distintas plataformas y boca a boca.
- Identificar y analizar las necesidades concretas que tiene en cada una de las fases descritas en el punto anterior de cada actividad o recurso que pongamos a su disposición.
- Contrastar los recursos disponibles actualmente con las necesidades reales de los turistas.
- Producir los recursos necesarios que permitan al turista experimentar y recomendar Arrasate.
- Invitar a personas influyentes y revistas (bloggers) para que experimenten la oferta turística de Arrasate y colaboren en la difusión.


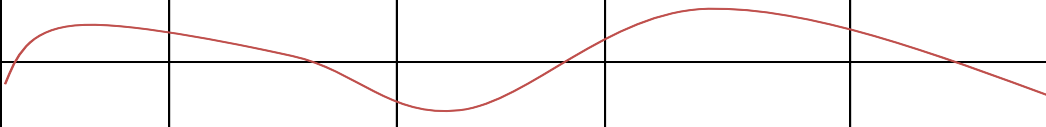
PRESUPUESTO: 15.000,00€

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 6 meses

PRIORIDAD: Alta

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

- { Enlace a la herramienta [Customer Journey Map](#)
- { Se presenta el siguiente ejemplo con el objetivo de ilustrar como habría que desarrollar el Mapa de Experiencia del Cliente, no se trata de un Mapa definitivo para este caso. Es necesario adaptar la herramienta a cada caso y experiencia concreta.

 Perfil del cliente: turista nacional, familia con hijos, ...		ANTES		DURANTE		DESPUES
		SOÑANDO	PLANIFICANDO	COMPRANDO	EXPERIMENTANDO	RECOMENDANDO
ETAPAS						
NECESIDADES	Piensa en sensaciones y destinos	Información sobre el destino, alojamientos, planes, transporte...	Reserva online	Señalización adecuada	Espacios para comentar	
	Recuerda viajes pasados		Reserva en origen, agencias	Información sobre la oferta		
ACTIVIDADES	Internet	Buscadores	Reserva online/origen	Llegada a destino/aparcar	Muestra su opinión sobre el destino: <u>online, amigos</u>	
	TV	Tripadvisor	Confirmacion	Desarrollo experiencia	Rellena cuestionarios satisfacción	
	Revistas	Pregunta amigos	Consulta dudas	Alojamiento, gastronomía...	Revisa fotos y recuerdos	
PUNTOS DE CONTACTO / ARTEFACTOS	Anuncios, reportajes en TV	Google, tripadvisor	Página web y RRSS	Empresas alojamiento, hostelería, transporte	Tripadvisor, booking, foros..	
	Anuncios reportajes en Internet	Folletos	Email y documentación recibida	...	Cuestionario de satisfacción	
	Presencia en revistas, foros...	Página web y RRSS destino	Pasarelas de pago		Souvenirs, folletos	
EMOCIONES	+					
	-					
OPORTUNIDADES A DESARROLLAR						

EJE 2.- CASCO MEDIEVAL

Constituye, probablemente, el elemento identificativo más relevante y sorprendente para el visitante; que no “espera” un casco medieval medieval en un contexto altamente industrializado y moderno. Una isla medieval en un océano urbano e industrial del siglo XXI.

El Casco Medieval acumula en su trazado medieval un rosario de edificios y elementos pintorescos y de considerable valor histórico-artístico que, si bien por si solos no constituyen un motor de movilización para el visitante, en conjunto posibilitan una agradable e interesante visita. Ha de constituir el soporte natural de trabajo para la acogida del visitante.

2.1.- LA ISLA MEDIEVAL DE ARRASATE

Desde el enfoque de Islote Medieval o reducto medieval en un entorno del siglo XXI, para la puesta en valor del Casco medieval se plantean 7 elementos integrados de trabajo:

- 2.1.1.- RELATO y RECORRIDOS
- 2.1.2.- SEÑALÉTICA Y BALIZAMIENTO
- 2.1.3.- ANIMACIÓN POR CONTRASTE
- 2.1.4.- JUEGOS INTERACTIVOS
- 2.1.5.- VISITAS GUIADAS
- 2.1.6.- ¿APP; NFC; CÓDIGOS QR?
- 2.1.7.- ACONDICIONAMIENTO PROGRESIVO DE ELEMENTOS

2.1.1.- RELATO y RECORRIDOS

DESCRIPCIÓN: Generar recorrido/s que integre/n el mayor número posible de atractivos y ofrecer un relato coherente del mismo y sus elementos reseñables (salpicado en su caso o animado de anécdotas, historias o elementos que lo hagan más atractivo; no sólo culto).

TAREAS:

- Identificar los Públicos Objetivos del relato y recorrido.
- Analizar información disponible sobre Arrasate.
- Identificar personajes singulares.
- Recolectar anécdotas en relación a los personajes, espacios, eventos...
- Diseñar recorridos y redactar una historia sencilla que tenga capacidad de emocionar partiendo de la información recogida. Pintar un recorrido y escribir la escaleta de la historia.
- Preparar soportes (físicos y digitales) que acompañen los recorridos y las historias.

Para que la experiencia de las visita sea más intensa es habitual organizar visitas guiadas teatralizadas (ver 2.1., donde se realiza una inmersión

PRESUPUESTO: 8.000,00€

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 6 meses

PRIORIDAD: Media/Alta

EJEMPLOS:

{ [Visitas guiadas de Getxo](#)

{ www.cataloniatour.com

{ Sagardo Fest Tolosa: Se eligió un tema, la sidra y el público objetivo, gente interesada en el mundo de la sidra de toda Gipuzkoa. Posteriormente se realizó una labor de búsqueda en el archivo municipal, donde se sacaron fechas concretas, ubicación de sidrerías antiguas, personajes referentes, costumbre de la época.. En base a esta información, se elaboró un guión y recorrido. Durante el recorrido se señalaros las distintas sidrerías ubicadas en el caso de Tolosa, se visito la única que queda visitable y se finalizó la visita degustando sidra y comiendo un picho tipo de la época.

2.1.2.- SEÑALETICA Y BALIZAMIENTO

DESCRIPCIÓN:

- Mantenimiento y mejora de los paneles existentes.
- Balizar **el/los recorrido/s del casco medieval** mediante elementos identificativos y coherentes con el entorno (por ejemplo losetas o elementos con el logo de Mondragón (Ver acción XXX) o imágenes que configuren una versión adaptada, cuidada y atractiva del “follow the yellow line”); y generar puntos informativos de los elementos más significativos (en su caso con textos, códigos QR etc), además de abrir posibilidad de vista en aquellos casos en los que se pueda y el elemento lo merezca.
- Introducir elementos informativos y orientadores hacia el Casco medieval, en el entorno del mismo. Avisar de la existencia del Casco Medieval con elementos de señalética e información en el entorno y/o ejes de acceso.

TAREAS:

- Repasar la señalética y en especial en relación a los puntos de interés del municipio.
- Identificar los puntos de interés y recoger información y fotografías históricas de los mismos.
- Los elementos de la señalética deben ir en consonancia con la historia de Arrasate: definir el estilo
- Definir el diseño de los puntos informativos y enlazar a la página web de Turismo donde pueda ampliar la información del punto de interés o completarlo con los juegos interactivos (ver 2.1.4).
- Analizar y decidir, observando el comportamiento de los turistas y accesos, la ubicación de las señales.

PRESUPUESTO: 15.000,00€

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 6 meses (reparar los paneles de manera progresiva y continuada)

PRIORIDAD: Alta

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

{ [Manual de Señalización turística de la Comunidad Autónoma Vasca](#)



2.1.3.- ANIMACIÓN por CONTRASTE

DESCRIPCIÓN: “Romper” el carácter histórico-artístico con elementos de modernidad y arte actuales llamativos o disruptivos; como elementos que pongan en valor la idea de Islote de Historia en un entorno industrial y terciario del siglo XXI. (Colaboración con creadores para dotar de elementos expositivos efímeros y/o permanentes).

TAREAS:

- Identificar artistas y creadores de la comarca y contrastar el proyecto con ellos (¿valorar la referencia de Iñigo Arregi?/ valorar, en su caso recuperar, experiencias previas, tales como la acción de de colocar maquinaria industrial en rotondas del municipio y ver como encajaría en el área definida.
- Plantear el proyecto a los gestores de los espacios históricos y animarlos a que se sumen al proyecto.
- Definir unas bases que recojan las necesidades de este proyecto, espacio, criterios de valoración, presupuesto...e invitar a los artistas a que realicen sus propuestas.
- Selección y puesta en marcha
- Crear un calendario anual de intervenciones.

Como alternativa se puede “romper” el carácter histórico artístico con grafitis.

PRESUPUESTO: Variable

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 1 año

PRIORIDAD: Media/Alta

EJEMPLOS:



2.1.4.- JUEGOS INTERACTIVOS

DESCRIPCIÓN: Introducir la posibilidad de Juegos o adivinanzas interactivas...entre los visitantes que realizan los recorridos. Se propone el uso de elementos de diseño de juegos, pensamiento y mecánicas de juego para implicar y conseguir más vínculo con el turista en contextos de experiencias que aporten una inmersión y un contacto emocional y sensorial.

TAREAS:

- Definir el público objetivo y en base a este establecer el Reto a abordar y necesidades/deseos de conexión emocional con los turistas.
- Buscar empresas especializadas en gamificación y diseño de la propuesta.
- Puesta en marcha del prototipo y contraste y validación.

En muchos casos los diseños de los juegos están dirigidos a los más pequeños, ya que si los pequeños están bien, generalmente los padres también lo están.

Además de organizar juegos empleando tecnología, existe la posibilidad de organizar un juego de preguntas y respuestas que te vaya guiando a lo largo del casco. Las preguntas se reparten en un punto de información (o se descargan de la web) y las respuestas correctas te hacen ir de un punto a otro, para finalmente concluir en el punto que se decida y ofrecer un obsequio.

PRESUPUESTO: 1.000,00€ - 15.000,00€ (variable en función de si se compra, se alquila el servicio u otras fórmulas)

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 1 año

PRIORIDAD: Media/Baja

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

- { <http://www.atelier-du-piment-espelette.fr/> Tiene un laberinto entre la huerta de pimientos donde los visitantes tienen que ir acertando las respuestas para poder salir del laberinto. Visita/juego gratis, pero todos los visitantes terminan en la tienda comprando.
- { <http://www.gamificationgames.com>
- { <http://oohmd.com/gamificacion-en-el-sector-turistico/>
- { Gamification Model Canvas www.gamkt.com
- { biogincana

2.1.5.- VISITAS GUIADAS

DESCRIPCIÓN: Fortalecimiento de la oferta de visitas guiadas en ese contexto. Valoración de la posible introducción de nuevas formas de visitas guiadas. En este sentido, los últimos años están cobrando interés e importancia las visitas TEATRALIZADAS, donde se muestran y explican los contenidos de las visitas de una forma más cercana a través de los personajes de la época que corresponda (a tener en cuenta Doke antzerki taldea, grupo de teatro del municipio como agente). Gracias este tipo de visita logra una mayor inmersión en la historia y se capta el interés de los visitantes, haciendo más entretenida y amena la visita. Sin pretender banalizar el tema y a efectos ilustrativos, en el caso de Arrasate, se podría plantear que sea “el propio Jose María Arizmendiarreta” el que reciba a los turistas, y se encargue de explicar la historia del casco, de Arrasate y el movimiento cooperativo de primera mano, aderezando las visitas con historias que le ocurrieron en él.

TAREAS:

- Establecer objetivos de las visitas y fijación de aspectos generales para las visitas presenciales: horario y duración, calendario, espacios, recorridos,...
- Guión de la visita y asociar una explicación a cada espacio.
- Diseño de actividades experienciales, que hacer durante la visita y cómo hacerlo.
- Definir forma de gestión y organización de las visitas (personal propio, subcontratación...).
- Generar una experiencia en la visita. Además de visitas para todo el año, identificar posibles visitas “extraordinarias” asociadas a eventos concretos (a tener en cuenta Doka grupo de teatro para elaborar visitas teatralizadas).
- Valorar la posibilidad de ofrecer visitas mediante el empleo de audio guías.
- Plan de marketing, difusión y comercialización de las visitas y/o audio guías.

PRESUPUESTO: Variable en función de la forma de gestión. Subcontratación 25€/hora.

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 6 meses

PRIORIDAD: Alta

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

- { [Visitas guiadas Donostia](#)
- { [Visitas Gipuzkoa](#)
- { <https://www.audioguiaroma.com/>
- { [Visitas teatralizadas en España](#)

2.1.6.- ¿APP; NFC; Códigos QR?

DESCRIPCIÓN: Valorar la posibilidad de generar herramientas electrónicas de guía del visitante; en su caso, de forma conjunta con otros cascos históricos de la comarca

TAREAS:

- Definir las necesidades de forma que se vincule esta acción a otras acciones complementarias del plan (1.2.3, 2.1.1, 2.1.4, 2.1.5, 1.)
- Buscar posibles alternativas/soluciones para la puesta en marcha en función del perfil de los visitantes.
- Seleccionar la tecnología más adecuada. Los códigos qr son fáciles de trabajar y económicos (se plantea la instalación mediante pegatinas que den la opción de cambiarlas o suprimirlas según convenga). Las APP son más llamativas y generan mayor vínculo pero por el contrario son más costosas.
- Plan de difusión
- Seguimiento y evaluación

PRESUPUESTO: Variable en función de la tecnología a emplear.

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 6 meses

PRIORIDAD: Media

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

- { Audio guías mediante qr en Salamanca: [Turismo Salamanca](#)
- { APP audio guía <http://www.gvam.es/>
- { <http://www.qrtur.com/web/turismo/>
- { <http://www.turismoapps.com/>

2.1.7.- ACONDICIONAMIENTO PROGRESIVO DE ELEMENTOS

DESCRIPCIÓN: Contribuir progresivamente a la recuperación, rehabilitación y/o mejora de los elementos característicos del Casco Medieval.

TAREAS:

- Hacer un inventario de los elementos, con detalle de su estado actual y necesidades.
- Análisis de elementos arquitectónicos singulares y que puedan estar protegidos como Patrimonio Histórico.
- Diseñar un protocolo de trabajo para el acondicionamiento de los elementos del Casco Medieval.
- Identificar restauradores y profesionales que puedan realizar estos trabajos.
- Presupuestar los trabajos.
- Fijar criterios que permitan priorizar los elementos por los que empezar.
- Definir un protocolo de actuación dentro de los procedimientos municipales ante la circunstancia de encontrar restos arqueológicos de valor en obras, excavaciones, etc que se realicen en el municipio.

PRESUPUESTO: Variable.

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 1 año

PRIORIDAD: Media/Alta

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

EJE 3.- EXPERIENCIA COOPERATIVA y PATRIMONIO INDUSTRIAL

El proyecto tractor o motor turístico del Plan lo constituye la Experiencia Cooperativa. Su puesta en valor y formalización como recurso turístico constituye la baza estratégica de Arrasate para convertirse en un actor representativo de este sector.

La Experiencia Cooperativa, sin embargo, no es una experiencia que surge de manera aislada. Se enmarca en una tradición secular que conecta con la cultura del hierro y la industria metálica asociada; que echa raíces en la historia de Arrasate.

La Cultura del Hierro y el Patrimonio industrial previo a la Experiencia Cooperativa, constituirían, en este sentido, un marco de trabajo natural para Arrasate. Sin embargo, a diferencia de la Experiencia Cooperativa, la cultura del hierro e industrial en general, no es un elemento único y propio de Debagoiena-Arrasate, sino compartido con buena parte de otras comarcas vascas que cuentan, además, con elementos icónicos consolidados en este campo desde distintas perspectivas... (Mirandaola en Gipuzkoa, la zona minera en Bizkaia, el Museo de la Industria en Portugalete, etc.)

El Plan sugiere, en este sentido, situar el trabajo sobre el patrimonio industrial y la cultura del hierro, como un elemento complementario y de encuadre histórico previo a la Experiencia Cooperativa; haciendo de esta el elemento central de trabajo de este eje.

3.1. LA EXPERIENCIA COOPERATIVA: IDEAS CLAVE

- 1.- **Proyecto público-privado (Ayuntamiento – Corporación Mondragón):** Buscando los roles que ofrezcan comodidad a las partes y factibilidad al proyecto. Un proyecto **de territorio** (las personas de la comarca son las protagonistas) en colaboración con **el tejido empresarial cooperativo local de CORPORACIÓN MONDRAGÓN**.
- 2.- **Turismo experiencial** (el cooperativismo como vivencia social y cultural en el territorio), **sostenible** (orientación comercial selectiva y controlada) e **inteligente** (smartrtourism con las tecnologías como seña de identidad)

3.- Distintos niveles de trabajo:

a) Elemento Central - Foco de visibilidad

- 1) Función: Punto de Acogida y marco base de la visita
- 2) Contenidos: Presentación de historia de Mondragón Territorio Cooperativo... sus personas y sus empresas; panorama de experiencias y logros de (éxitos y fracasos)...; los pasos más recientes...; el cooperativismo del futuro... en una suerte de presentación participativa + marco de orientación de la estancia (posibilidades de ampliación de la experiencia cooperativa..., visitas complementarias..., ideas turísticas para disfrutar en el municipio y la comarca...).
- 3) ¿Dónde?: ¿Edificio municipal? ¿Edificio singular? ¿Ubicación central?

b) Experiencias complementarias espacialmente dispersas con...

- 1) **CORPORACIÓN MONDRAGÓN-visitas, vivencias, presentaciones...:“El camino cooperativo”.** De la visita a la industria... a las comidas experienciales en un espacio del BasqueCulinary Centre, pasando por la sesión de reflexión en la universidad, la presentación del centro financiero, la visita a las experiencias de bienestar social, las TIC y las nuevas formas de economía cooperativa...: Imaginando experiencias que enriquezcan la visita (presentaciones, talleres, laboratorios, juegos...en formatos expositivos, didácticos, participativos...).
- 2) **El municipio y el turismo: espacio de acogida.** La economía urbana de Arrasate y sus recursos turísticos como marco general de acogida: el casco medieval; rutas de visita histórica, cultural y de ocio; oferta gastronómica y de alojamiento complementaria; hotel horizontal de gestión cooperativa como proyecto singular...

c) La comarca y sus atractivos como marco complementario enriquecedor

- 1) Motor de visitas a la comarca: 28 minutos de atractivos...de Aránzazu a Territorio Ignaciano, pasando por Arrikruz, recorridos de cascos históricos, el conocimiento y la comarca (universidad de Oñate, Bergara y Mondragón), turismo natural...
- 2) Arrasate como “nodo” de paso de las visitas a otros puntos de la comarca. Ruta Debagoiena con parada obligada en Mondragón.

4. Segmentos de Mercado: diferentes públicos

a) Cooperativistas del mundo y visitantes movidos por la experiencia “social” (Target específico)

Mondragón, la meca del cooperativismo que hay que visitar una vez en la vida...; una experiencia social y territorialmente única.

Agente colaborador comercializador CORPORACIÓN MONDRAGÓN, en tanto que embajador económico en distintos países (presencia multinacional + movimiento cooperativista internacional).

Para este público “social” la comarca y las tres capitales vascas actúan como elementos de atractivo complementario.

b) Turista General (Target Complementario)

Las tres capitales de los Territorios Históricos con su enorme afluencia de visitantes, y corazón del turismo MICE, ofrecen a la Experiencia Mondragón caladeros de explotación de turistas “generales” con cierta sensibilidad por este tipo de temas.

El cooperativismo y la experiencia Mondragón se presenta ante estos turistas “genéricos” como un atractivo de diversificación y desconcentración de la oferta existente en las capitales.

c) **Turismo MICE**

Como turismo vinculado a eventos empresariales (como atractivo complementario a los eventos celebrados en las tres capitales o como espacio específico de celebración de algunos eventos en sí mismos...); colectivo con sensibilidad por las experiencias económica como la de Mondragón; de carácter grupal y organizado.

5. Gestión Colectiva - Mondragón Turismo Cooperativo: Foro Cooperativo de Dinamización Ayuntamiento + CORPORACIÓN MONDRAGÓN + Actores de economía terciaria del municipio/comarca.

6. Proyecto de rango CAE: Apuesta por un atractivo estratégico a incluir en el top ten de atractivos del país de forma dimensionada y controlada. Búsqueda de la implicación de Gobierno Vasco (Basquetour)

A partir de este panorama de Ideas Clave, se abren dos grandes líneas de trabajo:

3.1.1. GENERACIÓN DEL MARCO DE COLABORACIÓN NECESARIO CON MONDRAGON CORPORACIÓN (ya iniciado) Y DEFINICIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

3.1.2. ELEMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO

3.1.1. GENERACIÓN DEL MARCO DE COLABORACIÓN NECESARIO (En curso) Y DEFINICIÓN Y MATERIALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

DESCRIPCIÓN: Avanzar en la creación de condiciones previas para el desarrollo del proyecto.

TAREAS:

- Fijación de Criterios de trabajo con Mondragón Corporación (realizado aun primer nivel)
- Definición del marco de colaboración/coordinación con Gobierno Vasco, Basquetour y Diputación (En curso): Contactos a distintos niveles técnicos y políticos con responsables del ámbito turístico en Basquetour, Gobierno Vasco y Diputación (primeros contactos realizados en Basquetour y Diputación)
- Búsqueda de financiación para el diseño base del producto (líneas de subvención Gobierno Vasco, Diputaciones y/o Convenios a través de la Mancomunidad y/o convenios singulares con el ayuntamiento.
- Desarrollo de labores de Definición y Concreción del Proyecto en tres direcciones:
 - i) Segmentos de clientela prioritarios: identificación y dimensionamiento
 - ii) Elección de la ubicación del Espacio Central (Elma. Monerrón u otras ubicaciones) y estudio de acondicionamiento / adaptación si procede: valoración de pros y contras de las mismas: limitaciones que introducen, costes de rehabilitación o habilitación de los locales; plan asociado
 - iii) Redacción del Proyecto en lo que hace los Contenidos y su construcción progresiva: Definición de contenidos de la oferta central y estimación de sus costes asociados para instalación y operación posterior.
 - iv) Valoración de la colaboración del Basque Culinary Center
 - v) Definición del Proyecto en lo que hace a las experiencias complementarias descentralizadas sobre el terreno en el ecosistema Mondragón: a valorar con Mondragón Corporación: posibles soluciones a construir con la corporación.
 - vi) Dinamización y coordinación de actores implicados.

PRESUPUESTO: 30.000 euros para la creación de condiciones previas y definición del proyecto por parte del ayuntamiento en colaboración con Mondragón Corporación

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 1 año

PRIORIDAD: Muy Alta

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS: No procede

3.1.2. ELEMENTO DE ACOMPAÑAMIENTO A LA EXPERIENCIA COOPERATIVA

Complementariamente al trabajo de definición del producto turístico cooperativo, y dado que se trata de un proyecto complejo y de largo aliento, se debe ir avanzando en otros elementos de acompañamiento

A.- MENÚ COOPERATIVO

DESCRIPCIÓN: Creación de un Menú Cooperativo (de Debagoiena) que constituya una forma de apropiación compartida del valor de la Experiencia Mondragón por parte del resto de municipios de la comarca.

Las Jornadas Gastronómicas de Debagoiena como marco anual de construcción del Menú Cooperativo de cada ejercicio. La gastronomía y la alimentación siempre son importantes. Las comidas y cenas tienen que ser sabrosas, ligeras y suficientes para poder caminar. Se ofrecerá comida local, producida y cocinada en los alrededores.

Las Jornadas Gastronómicas de Debagoiena como marco anual de construcción del Menú Cooperativo de cada ejercicio; se sugiere aprovechar las jornadas gastronómicas de la comarca para elaborar dicho menú.

TAREAS:

- Reunión con los bares y restaurantes del municipio y contrastar la idea con ellos. Recoger ideas para contrastarlas a nivel comarcal en la Jornadas Gastronómicas.
- Valorar la posibilidad de que algunas sociedades gastronómicas puedan acoger a visitantes atraídos por el cooperativismo y ofrecerles la posibilidad de participar en la elaboración y degustación del menú Cooperativo.
- Elaborar una propuesta de menú e identificación de productores locales.
- Definir día de puesta en marcha, y elaborar el plan de comunicación.

PRESUPUESTO: 5.000,00€

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 1 año

PRIORIDAD: Media

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

C.- CRAFT-BILDUMA

DESCRIPCIÓN: Creación de un producto simbólico y alrededor del mismo una Colección Mondragón de productos artesanos de Debagoiena, que pueda ser comercializada en Corners Cooperativos dentro de las tiendas, hoteles (expositor específico) o a través de Internet

Con esta acción, además de generar algún ingreso extra, se pretende crear un vínculo emocional con el turista, que recuerde el viaje, Arrasate y que sea capaz de recordar y comunicar la experiencia vivida.

TAREAS:

- Identificar posibles productos a realizar y encontrar proveedores de los mismos.
- Implicar a empresas del municipio en el diseño y comercialización de los mismos.
- Producción de los primeros prototipos.
- Decidir la forma de comercialización de los productos.

PRESUPUESTO: 10.000,00€

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 6 meses

PRIORIDAD: Media

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

- { [Monedas recuerdo Camino Santiago](#)
- { [Pulseras y charms del Camino de Santiago](#)
- { www.txikito.com

3.2. PATRIMONIO HISTÓRICO INDUSTRIAL: RELATIVIZACIÓN Y REORIENTACIÓN DE USOS

Reubicación de estos contenidos (de las ferrerías medievales a las cerrajerías) como elementos de contexto o antecedentes industriales municipales de la Experiencia Cooperativa; los cuales se podrían exponer en el propio edificio seleccionado para el desarrollo del proyecto.

Reorientación de la rehabilitación de este patrimonio (Edificio del Reloj, por ejemplo) para usos propios de los vecinos de Arrasate (en contraposición al uso turístico), en línea con el proyecto Kulturola.

EJE 4.- PATRIMONIO INMATERIAL

Más allá de los recursos turísticos materiales, se han identificado distintos elementos inmateriales (viejas costumbres, antiguos juegos, comidas específicas de la zona etc) cuya recuperación o consolidación puede contribuir a reforzar la identidad de Arrasate. Se trata de elementos “blandos” cuya recuperación o recreación bajo pautas actuales, puede devenir en nueva tradición en el marco de eventos festivos y/o culturales del municipio.

Estos elementos deben reforzar la necesario optimización de las actividades culturales, festivas y/o deportivas que constituyen elementos de atracción de público (excursionistas actualmente).

4.1. VIEJAS COSTUMBRES, NUEVAS TRADICIONES

DESCRIPCIÓN: se propone volver a “poner de moda” las viejas costumbre del pueblo, de forma que las lleguemos a convertir en Nuevas tradiciones para el futuro en Arrasate.

TAREAS:

- Identificar las viejas costumbres de Arrasate. Estamos pensando en el Doque, Karapaixo, o actividades propias históricas (Ferrerías) que puedan tener hoy una lectura lúdica (Ferron Eguna), la romería de Kanpanzar el día de San Ignacio...
- Recopilar información al respecto (colaborar con los agentes del municipio que trabajan estos temas desde el interés histórico, antropológico o científico, Arrasate Zientzia Elkartea).
- Seleccionar las costumbres o rasgos con mayor potencial en base a vistosidad, arraigo, interés...
- Invitar a gente conocida del pueblo (influenciadores) a que se impliquen en el proyecto e invitarles a adoptar estas nuevas tradiciones para incluirlas como actividades en los programas festivos.
- Plan de difusión.
- Seguimiento y evaluación

PRESUPUESTO: No procede

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 6 meses

PRIORIDAD: Baja

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

<http://www.consejodelhierro.es/encuentro.php?e=15>

4.2. CULTURA, FIESTAS Y DEPORTE COMO ELEMENTOS DE COORDINACIÓN CON TURISMO

DESCRIPCIÓN: se propone optimizar las actividades culturales, festivas y/o deportivas que cuenten con un poder de atracción relevante como elementos de valorización turística en términos de atracción de excursionistas.

TAREAS:

- Valoración de eventos existentes y conexión entre los mismos.
- Coordinación de agenda de los eventos potencialmente atractivos turísticamente.
- Valoración y necesidad de potenciar su difusión, externa al municipio
- Valorar la posibilidad de una Agenda Integrada.

PRESUPUESTO: No procede

PLAZO PUESTA EN MARCHA: inmediata

PRIORIDAD: Alta

EJE 5.- TRATAMIENTO COMARCAL DE RECURSOS MUNICIPALES

Más allá de la lógica turística municipal, la organización de la oferta turística por parte de Gobierno Vasco y Diputación es comarcal. En este sentido, son numerosas los recursos que, más allá de la lógica municipal pueden integrarse en un marco de oferta comarcal más amplia y sinérgica y optimizarse de una mera más colectiva o cooperativa.

Al respecto se plantean.. dos posibles líneas de trabajo: la optimización de recursos municipales por el conjunto del comarca, a través de mecanismo o productos complementarios que hagan viables su comercialización (el caso del Territorio Ignaciano); y la generación de redes de recursos municipales que favorezcan itinerarios del turista dentro de la comarca, con varias visitas o paradas

5.1- OPTIMIZACIÓN COLECTIVA DE RECURSOS MUNICIPALES: EL CASO DEL TERRITORIO IGNACIANO

El concepto de Tierra Ignaciana ofrece “un paraguas” general al conjunto de atractivos del territorio cercano al Camino Ignaciano y al conjunto de municipios de Debagoiena. Su optimización, sin embargo, requiere de desarrollar elementos que le den unidad y cuerpo, hoy por hoy aún ausente.

5.1.1. ELEMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO AL ÁMBITO IGNACIANO

DESCRIPCIÓN: Avanzar en la creación de elementos comerciales de acompañamiento turístico al concepto de territorio ignaciano: Los conceptos antes avanzados como Menú Cooperativo; Dinero Cooperativo o Cooperativa Craft-Bilduma; pueden tener perfectamente lecturas comarcales de Menú Ignaciano; o Ignacio Craft-Bilduma

TAREAS:

- Traslación de estas ideas al marco comarcal de trabajo del territorio Ignaciano, para que valore su elevación al propio recurso general a nivel de CAE
- En función de su acogida, planes de trabajo específicas en línea con los ya descritos en términos similares para el caso cooperativo.

PRESUPUESTO: No procede en su fase inicial

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 1 año para su planteamiento y traslación aniveles comarcales y CAE y 2 para su desarrollo

PRIORIDAD: Media

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS: Las avanzadas para los proyectos similares en el ámbito cooperativo

5.2.- TRATAMIENTO COMARCAL DE RECURSOS MUNICIPALES

En el marco del Territorio Ignaciano, son numerosos los ejemplos de recursos municipales independientes que por su afinidad temática pueden constituir un oferta coordinada y comercializada conjuntamente con beneficio mutuo y sinergias.

5.2.1.- REDES DE RECURSOS MUNICIPALES

DESCRIPCIÓN: Refuerzo de la perspectiva comarcal de la oferta turística desde la oferta de itinerarios (iniciativas que se desarrollan en el marco de Tierra Ignaciana)

- Presentación de los cascos históricos de Oñati, Bergara y Arrasate como una Red, una suerte de Itinerario de Cascos Históricos. Posibilidad de generar herramientas de difusión conjunta (App por ejemplo conjuntas); venta de visitas guiadas conjuntas etc.
- Itinerario de Universidades y Conocimiento (Oñati, Bergara, Arrasate). Producto a definir en primer lugar (los más explotables en términos inmediatos lo constituyen la Universidad de Oñati y el Laboratorium; pero necesitaría de definición específica en el caso de Arrasate)
- Itinerario de Oficios (Dinbi-Danba; Leintz Gatzaga...) planteamiento de comunicación y venta conjunto

TAREAS:

- Traslación de estas ideas al marco comarcal de trabajo para que se valoren su interés y factibilidad
- En función de su acogida, planes de trabajo específicos para su concreción:
- Para el desarrollo específico del proyecto o proyectos elegidos:
 - Es recomendable establecer un grupo de trabajo compuesto por los gestores de recursos mencionados, municipios de la comarca y Agencia de desarrollo comarca, donde además de contrastar las distintas propuestas, se coordinen eventos y se gestionen de forma conjunta los productos que puedan resultar.
 - es necesario definir el público concreto al que se quieren dirigir las propuestas, para que una vez se tengan definidos los perfiles concretos, se ofrezcan productos diferenciados que se adecuen a las necesidades de cada uno de ellos.

PRESUPUESTO: No procede en su fase inicial

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 1 año para su planteamiento y traslación aniveles comarcales y CAE y 2-3 para su desarrollo

PRIORIDAD: Media

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS: Las avanzadas para los proyectos similares en el ámbito cooperativo

6.- EMPRESA: CALIDAD y COMPETITIVIDAD

Los programas de calidad y competitividad empresarial de las empresas turísticas existentes forman parte de las actividades financiadas por Gobierno Vasco; y son gestionadas a través de las estructuras turísticas comarcales: Mancomunidad de Debagoiena en este caso. Y de igual modo se canalizan los programas gestionados desde Diputación de Gipuzkoa en el ámbito de la promoción.

6.1.- INTENSIFICACIÓN DE LA COORDINACIÓN CONTINUADA EN ESTOS Y NUEVOS ÁMBITOS

DESCRIPCIÓN: Consolidar el marco de colaboración comarcal para estas actividades (programas de calidad, competitividad empresarial, impulso del emprendimiento en turismo, etc) que afecten a las empresas de Arrasate; y reforzar la coordinación de la intervención municipal con la comarca para poder obtener sinergias en el resto de ámbitos planteados en el Plan de Acción Municipal (experiencia cooperativa, recursos municipales en red, iniciativas ignacianas, etc.)

TAREAS:

- Comunicación Constante y Estable entre el técnico comarcal y el técnico municipal del área, más allá de las reuniones globales en el marco de la mancomunidad. Hábitos de transparencia informativa (compartir) para estimular el trabajo compartido y las sinergias. Del mismo modo, compartir y sincronizar agendas entre el municipio y la mancomunidad.

PRESUPUESTO: No procede

PLAZO PUESTA EN MARCHA: Inmediato

PRIORIDAD: Alta

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

7.- PROYECCIÓN EXTERNA

El trabajo turístico reclama, inevitablemente, de una política de comunicación; de proyección externa, que vaya dando cuerpo con prudencia y de forma dimensionada a la presencia de Arrasate en el marco de la oferta comarcal y guipuzcoana en general; al tiempo que cubre las necesidades informativas operativas del visitante

Se valorará a la hora de desarrollar la marca los canales de difusión (tradicional y virtual), y el tipo de público que accederá al contenido del proyecto. Se tendrá como primera opción en el desarrollo de la marca, su difusión virtual, entendiendo que será el primer canal para dar a conocer la imagen y con ella, el carácter del proyecto.

7.1.- COMUNICACIÓN

Desde el lado de la proyección externa las vías de trabajo son diversas:

7.1.1.- FORMALIZACIÓN DE MARCA + ESLOGAN

7.1.2.- DIMENSIÓN ON LINE Y POSICIONAMIENTO

7.1.1.- FORMALIZACIÓN DE MARCA + SLOGAN

DESCRIPCIÓN: El municipio de Arrasate-Mondragón, cuenta con una marca de alta notoriedad MONDRAGÓN (que comparte con la corporación cooperativa). Sobre la misma, parece necesario dotarse de formalización (tipografía, colores, alternativas según soportes...) y en su caso, logo/s asociados que favorezcan su proyección; generación de merchandising, etc. A tener en cuenta el trabajo realizado para "Arrasate Irekia", donde se reflexionó entorno a la señalética, la grafía, el estilo, el color...

La **MARCA**, (y en su caso logos) constituyen elementos relativamente estables que deben ser concebidos con vocación de largo plazo (y válidos tanto para el escenario más inmediato como el de largo plazo); y en su caso, de forma coordinada (diferenciada pero no disonante) con la propia corporación empresarial.

El **SLOGAN** o mensaje, sin embargo, es más coyuntural. A corto medio plazo (Escenario Soporte), su leit motiv no puede ser asociado a la Experiencia Cooperativa (producto turístico por construir). A futuro, si procediera, probablemente sí lo sería; pero en ese caso, en un marco necesariamente coordinado y consensuado con la Corporación.

Tanto la marca como el slogan necesitan adecuarse, en todo caso a unos **ATRIBUTOS básicos** coherentes con los valores **Sostenibilidad (línea verde); Cohesión y Carácter Social del destino (mundo cooperativo)**; e integración de elementos Históricos (casco medieval y patrimonio inmaterial) con Modernidad y apuesta de Futuro

TAREAS:

- Se presentarán tres opciones de marca. La propuesta de imagen o marca tendrá tres criterios de diseño diferenciados para su valoración y elección. Teniendo en cuenta que este proyecto se plantea a largo plazo, debe otorgar a la marca un carácter adecuado diferenciando dos partes, por un lado, la imagen (iconografía) y por otro el slogan o frase reseñable explícita de identificación del proyecto. Será desde el slogan donde se tendrá en cuenta, por un lado la propia esencia del proyecto y por otra a la corporación empresarial de la que nace. Los criterios iniciales se presentarán de la siguiente manera, integrando en la marca dichos elementos, y teniendo en cuenta la difusión tanto en sistema tradicional como en soporte virtual adecuando para cada uno de ellos los formatos específicos.

1ª opción de marca

Tipográfica

Se trabajará de manera exclusiva con la tipografía, es decir, el carácter de la imagen vendrá dado por el estilo del tipo de letra utilizado.

2ª opción de marca

Iconográfica

Se trabajará la representación iconográfica (logotipo) de manera identificativa pero no explícita del proyecto.

3ª opción de marca

Iconográfica | Tipográfica

Se trabajará de manera igualitaria la representación iconográfica (logotipo) y un nombre identificativo pero no explícito del proyecto.

En las tres opciones presentadas se integrará el slogan. Este a su vez tendrá carácter de manera independiente y a su vez se presentará cohesionado en el conjunto de la imagen, de esta manera se valorará y presentara el libro de estilos para su correcta utilización independiente o combinada.

Una vez seleccionado el diseño de la marca y el slogan se presentará el libro de estilos de manera conjunta.

PRESUPUESTO: 3.000€

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 1 año

PRIORIDAD: Alta

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

1ª opción

Arrasate
Acción Turismo Arrasate

arrasate
Acción Turismo Arrasate

2ª opción

su
Acción Turismo Arrasate

3ª opción

Turicomerciate!
Acción Turismo Arrasate

7.1.2.- DIMENSION ON LINE Y POSICIONAMIENTO

DESCRIPCIÓN: La dimensión on line de la comunicación constituye no una necesidad, sino una obligación de cualquier esfuerzo turístico. En este sentido, es imprescindible...:

- reforzar la presencia e información WEB y REDES SOCIALES de los Atractivos turísticos de Arrasate (en particular los elementos de apuesta -Verde; Casco medieval; Cooperativismo; Tierra Ignaciana); en conexión con la lógica comarcal:
- Trabajar el POSICIONAMIENTO de esos atractivos a partir de la gestión de palabras clave, en línea y coherencia con el esfuerzo de Diputación, por ejemplo
- Vincular activamente a este esfuerzo digital al conjunto de actores terciarios

TAREAS:

- Se desarrollará, por tanto, un plan de difusión virtual teniendo en cuenta el carácter del proyecto y el impacto que este tiene tanto a nivel informativo como participativo por parte de las personas visitantes y de la ciudadanía. De esta manera se presentan tres vertientes de difusión | participación para el proyecto.
 - Web.estructura y plataforma
 - Redes Sociales, canales sociales adecuados a la primera etapa de difusión del proyecto
 - Imateca, canales específicos de imágenes
 - Posicionamiento

A) Web

Desarrollo plataforma: La herramienta aconsejada en este caso es el gestor de contenidos Wordpress (CORPORACIÓN MONDRAGÓNS | sistema de gestión de contenidos) por no requerir de ningún tipo de conocimientos informático ni de programación y reúne los criterios de divulgación e información necesarios para desde una sola plataforma tener todos los canales virtuales retroalimentados. Este gestor permite ampliar el contenido web de manera sencilla, así pues, se propone inicialmente una estructura básica con opciones a ir ampliando las secciones.

Mantenimiento plataforma: Se aconseja, para mantener una información y atención notoria en el arranque y presentación pública del proyecto, formar a una persona del equipo. Se planteará un esquema | árbol para facilitar el desarrollo de estructura web inicial, pudiendo implementarse más adelante otros plugins adecuados a las demandas de las personas usuarias

Estructura plataforma: Se plantea una página web sencilla en cuanto a navegación planteando un Menú principal, Menú secundario y plugins de visibilidad de redes sociales con presentación de imágenes relevantes (a valorar por el equipo) en la zona central de la pantalla. (Se plantea más adelante posible detalle ilustrativo)

B) Redes

Evaluación | valoración

La interacción de web con redes es fundamental para mantener una información *realtime*. La facilidad de WordPress para manejar y gestionar las redes sociales, es amplia, sencilla y desde su propio panel de control obtenemos la actualización de todas las plataformas. No obstante se desaconseja el activar cuentas innecesarias a las que no se pueda atender o no se puedan alimentar de una manera diaria.

C) Imateca

Evaluación | valoración

El uso del teléfono y el carácter participativo de mostrar lo que se ve, generan una participación casi inconsciente en canales de difusión de imágenes. Así pues, el tener un canal, vinculado a la web, como Flickr, facilita la retroalimentación de la web y genera una red de personas usuarias mostrando zonas interesantes turísticas.

D) Posicionamiento

Evaluación | valoración

Las vertientes mencionadas en cuanto a visibilización virtual (Web, Redes e Imateca), proveen y garantizan que los motores de búsqueda operen a favor del posicionamiento ya que tienen en cuenta la actualización de los “sitios (web)” en cuanto a información para posicionarlos por relevancia e interacción de la noticia, así pues un “sitio” que no genera o comparte información, no estará en la primeras posiciones, frente a otra web que si tenga la información actualizada.

Para la valoración y estudio de este posicionamiento, se tendrá en cuenta el conocimiento que tenga la persona responsable de dicho mantenimiento

PRESUPUESTO: 15.000,00€ (Una web a medida y con la programación necesaria pueden ser unos 10.000,00€, en varios idiomas). Hay que sumarle fotos de calidad y anuncios en Internet y/o redes sociales. También se pueden encontrar ofertas mucho más baratas, pero menos seguras, con menor flexibilidad.

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 6 meses

PRIORIDAD: Alta

EJEMPLOS:

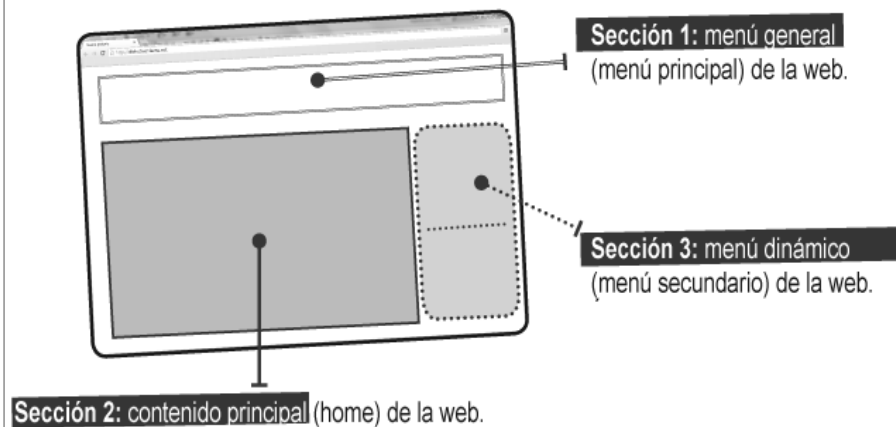
{ <https://www.sansebastianturismo.com/es/>

{ <http://www.turismozarautz.com/>

{ <http://www.goierriturismo.com/>

DETALLE DE LA ORIENTACIÓN DE LA ESTRUCTURA WEB

Dentro de la estructura WEB aconsejada la tipología de presentación de menús podría ser, de manera aproximada y a modo de referencia, la siguiente



Menú general (principal)

Este menú es el principal eje de navegación y contiene la información formal del proyecto, se aconseja presentarlo de la manera más cerrada posible en cuanto al contenido (se podrá modificar o ampliar el contenido más adelante).

Ejemplo de menú principal:

- **Proyecto**
 - o Objetivos
 - o Entidad Promotora
 - o Fases de trabajo (optativo para presentar la evolución del proyecto de forma "transparente")
 - o [...]
- **Turismo Arrasate**
 - o Casco Medieval
 - o Cooperativismo
 - o Zona verde
 - o [...]
- **Redes / Participa**
 - o Presentación de las redes sociales de las que se dispone (pudiéndose ampliar)
 - o News Letter (boletín informativo de las personas usuarias que se hayan registrado)
 - o Zona de comentarios (restringidos previa publicación)
 - o [...]
- **Información | contacto**
 - o Contacto (Formulario petición de información)
 - o Información (oficina, teléfono, persona de contacto.)

[...]

Menú central (home)

Este menú contiene en tres bloques la información más reseñable del proyecto. Se presenta en formato imagen dándole importancia visual con un breve texto explicativo.

Menú lateral derecho (menú dinámico)

Este menú soporta la parte dinámica y de interacción con las personas visitantes del sitio, es decir, presenta la sección e información directa del apartado "Redes". De esta manera el "muro", por ejemplo, de Facebook, aparecerá directamente en el menú y se podrá interactuar desde la propia web. Igualmente, se presenta el apartado "Registrar Usuario" (news letter) donde en un clic se podrá realizar el alta.

7.2.- INFORMACIÓN

La generación de Materiales de Información se ven cubiertos desde distintas vías y soportes (folletos en papel, paneles informativos, herramientas on line); y constituyen un elemento transversal al conjunto de Ejes de Trabajo previamente descritos. Los mismos serán coherentes con los elementos de comunicación y notoriedad de destino diseñados.

Pero más allá de los materiales, merece un especial mención los Mecanismo de Información; y en particular la reflexión sobre la oportunidad o no de generar una Oficina de Información.

7.2.1.- PUNTOS DE INFORMACIÓN

DESCRIPCIÓN: Como criterio de trabajo, se sugiere que... *los Turistas sean previos a la Oficina de Información.* Es decir, Arrasate deberá dotarse de un Oficina de Información Turística en su sentido estricto, cuando alcance un mínimo de notoriedad y visitas que aconsejen su instalación.

Esto no quiere decir, sin embargo, que no se desarrollen otros espacios y mecanismos informativos generales. Como criterio se sugiere, además de mantener el punto de referencia de la Mancomunidad...:

TAREAS:

- Utilizar los espacios municipales céntricos y/o atractivos turísticos (oficina BAZ/SAC) para que actúen como puntos donde los turistas pueden recoger materiales de información turística asociada y en su caso información personalizada (plan de formación de mínimos previos)
- Introducir mecanismos sencillos (pantallas digitales o paneles de información en esos puntos); adicionales al esfuerzo de señalética señalado en el caso del Casco Medieval.
- Incluir esos puntos de información en los folletos comarcales diversos, aunque no constituyan oficinas de información (evitando que se generen mensajes desequilibrados para el turista como que Eskoriatza tiene oficina turística, pero Arrasate no figura en ese listado de referencias)

PRESUPUESTO: 18.000,00 €

PLAZO PUESTA EN MARCHA: 6 meses

PRIORIDAD: Media/Alta

EJEMPLOS Y DIRECCIONES DE INTERÉS:

