

Estudio para el nuevo posicionamiento y gestión del Palacio de Arce y su entorno

A. OBJETO Y ALCANCE DEL ESTUDIO**B. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN**

- **Antecedentes: demandas de los agentes locales (sumario)**
- **Análisis interno:**
 - Datos claves de la zona geográfica
 - Análisis demográfico
 - El Palacio y el embalse de cola: entorno natural y socioeconómico
- **Análisis externo:**
 - Oferta actual afin (benchmarking)
 - Oferta complementaria existente en el Valle
 - Análisis de propuestas de valor de espacios y conjuntos afines (comparables) y sus públicos
- **Públicos actuales directos e indirectos y su estacionalidad**
- **Diagnóstico DAFO**

C. OBJETIVOS Y PÚBLICOS

- Objetivos a corto y medio plazo definidos por la institución
- Públicos objetivos

D. PROPUESTA DE VALOR

- **Nuevo contenido/Oferta dirigida a los públicos objetivos**
 - Contenidos nucleares
 - Actividades complementarias para públicos recurrentes
 - Oferta de actividades para públicos puntuales
 - Otros servicios

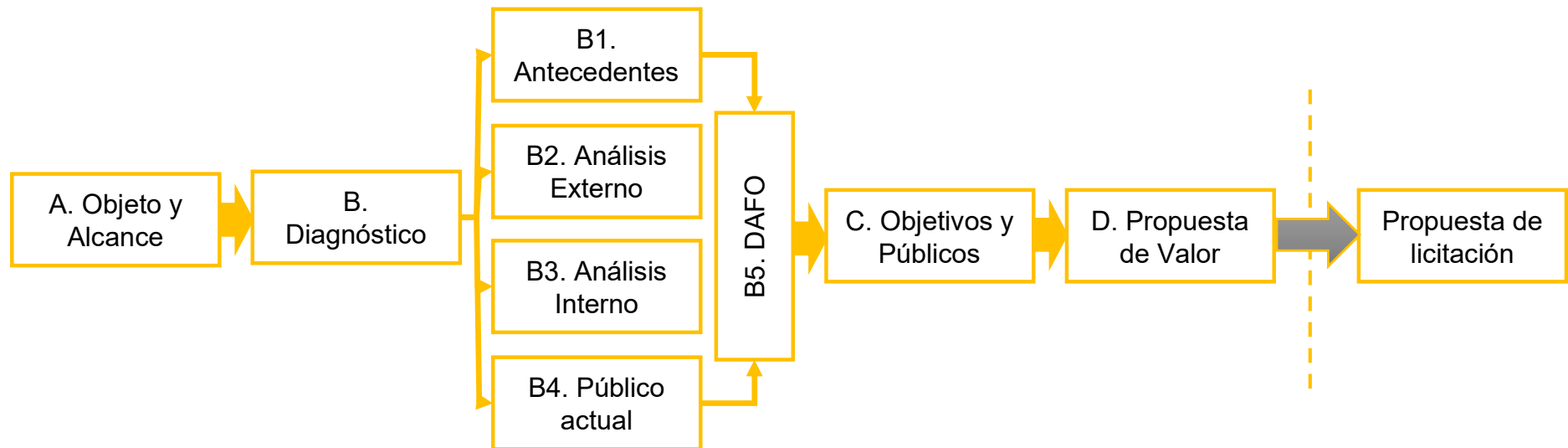
E. PLAN DE ACCIÓN

- Recursos humanos
- Recursos materiales
- Otros gastos / recursos
- Plan de promoción
- Fases del proyecto
- Presupuesto total y presupuesto por bloques

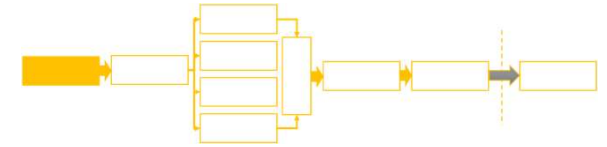
F. MARCO FUTURA LICITACIÓN

- Objeto del concurso
- Modelo de partida y duración
- Estructura del pliego
- Estudio económico

El presente estudio se desarrolla en base a los siguientes apartados:



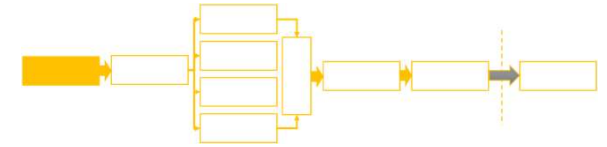
A. OBJETO Y ALCANCE DEL ESTUDIO



Tras la rehabilitación del Palacio de Arce por parte del Gobierno de Navarra, con una inversión de 4,1 millones de euros en el área recreativa de Arce-Nagore cofinanciada con fondos europeos, Sedena ha recibido el encargo de realizar un estudio para el nuevo posicionamiento y gestión del Palacio y su entorno.

El nuevo posicionamiento del Palacio de Arce y su gestión deben ser palanca para el fin último de la inversión llevada a cabo por el Gobierno de Navarra: convertirlo en un atractivo turístico que contribuya al desarrollo local del territorio.

- Un análisis de interno y externo del Valle de Arce donde se enmarca el Palacio de Arce, con datos claves geográficos, demográficos, climatología, accesos, entorno, oferta complementaria existente en la zona.
- La recopilación y estudio de los trabajos realizados hasta el momento para el desarrollo del Valle teniendo como foco la rehabilitación del Palacio de Arce (Procesos participativos realizados antes de la rehabilitación, Demandas de los agentes locales, Plan estratégico del Valle 23-27, Estudio de puesta en valor y análisis de oportunidades de desarrollo en el Palacio, Casos de éxito, Documentos realizados para la Fundación Canal-Itoiz, PACES del Prepirineo...).

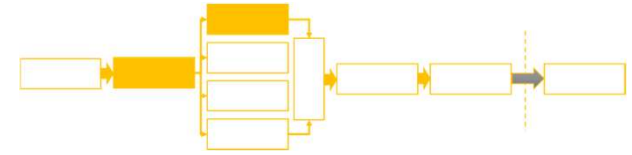


- Un análisis benchmarking con espacios que, en unos u otros aspectos, se pueden considerar “afines”, para identificar buenas prácticas que puedan ser de interés para el posicionamiento del Palacio y el desarrollo de la explotación en el futuro.
- Una foto de los públicos actuales del Palacio y la zona de baño de Nagore y la presencia/visibilidad en internet
- Un análisis DAFO del Palacio de Arce y su entorno.
- Un diagnóstico del momento actual del Palacio de Arce. Identificando los retos, y las oportunidades que nos puedan ayudar a pensar el modelo de gestión.
- Una identificación de públicos objetivos a los que dirigirnos con la nueva oferta, con el objetivo de desestacionalizar las visitas y vivencias del Palacio y su entorno.
- Una propuesta de valor para el Palacio de Arce y su entorno. Con un planteamiento coherente de objetivos, acciones a realizar para la consecución de los mismos, y los resultados esperados.
- Un Plan de acción.
- El marco para el desarrollo de una licitación futura para el Palacio de Arce y su entorno.

B. DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN



B.1. Antecedentes. Demandas de los agentes locales (sumario)



Sedena ha realizado un estudio de la documentación aportada por Lursarea y Gobierno de Navarra sobre los procesos participativos, Plan estratégico municipal del Valle de Arce 2023-2027, Estudio de Puesta en Valor y análisis de oportunidades de desarrollo en el Palacio de Arce, Plan de acción para el clima y la energía sostenible (PACES) del Prepirineo, Proyecto de rehabilitación del Palacio...

A continuación recogemos un resumen (sumario) de las aportaciones/sugerencias identificadas por las personas participantes en los procesos participativos realizados desde 2017 y de los campos de interés recogidos en los diferentes documentos que consideramos, desde nuestra experiencia y conocimiento, relevantes para la futura licitación.

- Revitalización del Valle a través de acciones y actividades que generen un motor económico en la zona.
- Colaboración entre los pueblos del Valle
- Fortalecer la relación entre los vecinos/as
- Impulsar el desarrollo del Valle de Arce desde una gestión sostenible de los recursos naturales y patrimoniales
- Favorecer el progreso del Valle mediante el desarrollo de una programación multifuncional (espacios/experiencias/eventos/actividades)
- Desarrollo de acciones de promoción del Palacio, el entorno y el Valle: página web, folletos, mapas de recursos...

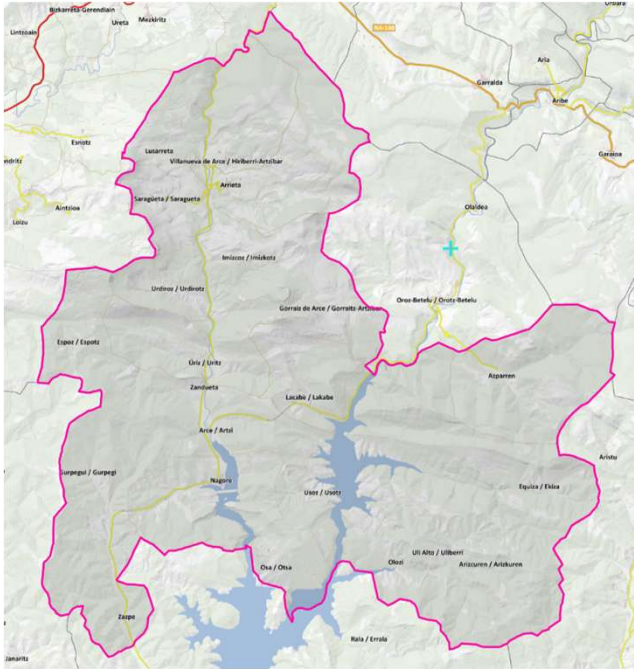
- Creación de una oferta de calidad basada en el potencial del Valle y que sirva para regenerar y poner en valor la vida patrimonial, medioambiental y social de la zona:
 - ❑ Realización de actividades en torno al agua:
 - Delimitación de las zonas de baño
 - Formación de los habitantes del valle para trabajar en torno al embalse de cola
 - Realización de actividades para escolares y familias (medioambientales, agua, entorno...)
 - ❑ Realización de actividades en torno al patrimonio:
 - Recopilación y promoción de la Red de senderos y caminos de Arce
 - Recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural existente: hórreos, caleras, tejerías...
 - Oferta turística/ visitas guiadas en torno a la Calzada Romana y los caminos asociados
 - Establecimiento de un espacio para el recuerdo y la memoria de los pueblos inundados.
 - Museo etnográfico
 - Elaboración de un mapa con los recursos patrimoniales del Valle
 - Elaboración de mapa y rutas del románico
 - Propuesta de rutas: de las cuevas, ruta del contrabando, calzada romana del Pirineo
 - Establecer un programa de educación patrimonial
 - Escuela de antiguos oficios
 - Favorecer la participación de escuelas taller en la zona mediante prácticas

- ❑ Desarrollo de otras propuestas de actividades:
 - Observatorio de aves.
 - Paseos a caballo, bicis, senderismo...
 - Programa de educación ambiental, ecología, producto local, sostenibilidad ambiental y social.
 - Talleres de astronomía y observación de estrellas.
 - Realización de congresos, talleres de salud/meditación/yoga /ecología y sostenibilidad
- Transformación social y local de la zona:
 - ❑ Realización de actividades en torno al producto local:
 - Existencia de un espacio para el desarrollo y venta del producto local/natural .
 - Establecer y definir un espacio comunitario para la transformación de productos naturales (queso, hierbas, jabones...)
 - Uso de una sala para la realización de actividades para el Valle (feria del producto local, reuniones de la Mesa del Valle, actividades impulsadas por las entidades locales).
 - Elaboración de un mapa de productos y productores locales.
 - Oferta de menú de restauración basado en productos locales, naturales, impulsando recetas de la zona.
 - Crear y mantener un banco de semillas autóctonas.

- Propuestas de mejoras sobre los usos y las personas visitantes:
 - Establecimiento de protocolos de socorrismo/ vigilancia / limpieza y mantenimiento en el embalse de cola y el entorno
 - Recuperación y señalización de las zonas de parking y no parking
 - Determinar el modelo de reserva para el acceso al embalse de cola. Central de reservas
 - Definición del modelo de visitante deseado
 - Habilitación de espacios permitidos para animales/mascotas
 - Diseño de un modelo de movilidad sostenible en los modos de acceso
 - Regulación entre caza y otros usos



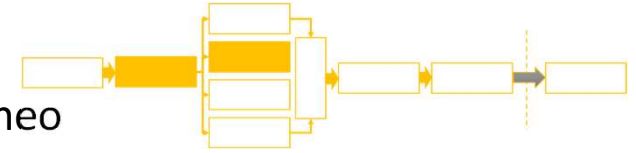
B.2. Análisis interno



**Fuente: Geoportal (Idena)*

Valle de Arce / Artzibar:

Valle bisagra entre el Pirineo y Prepirineo

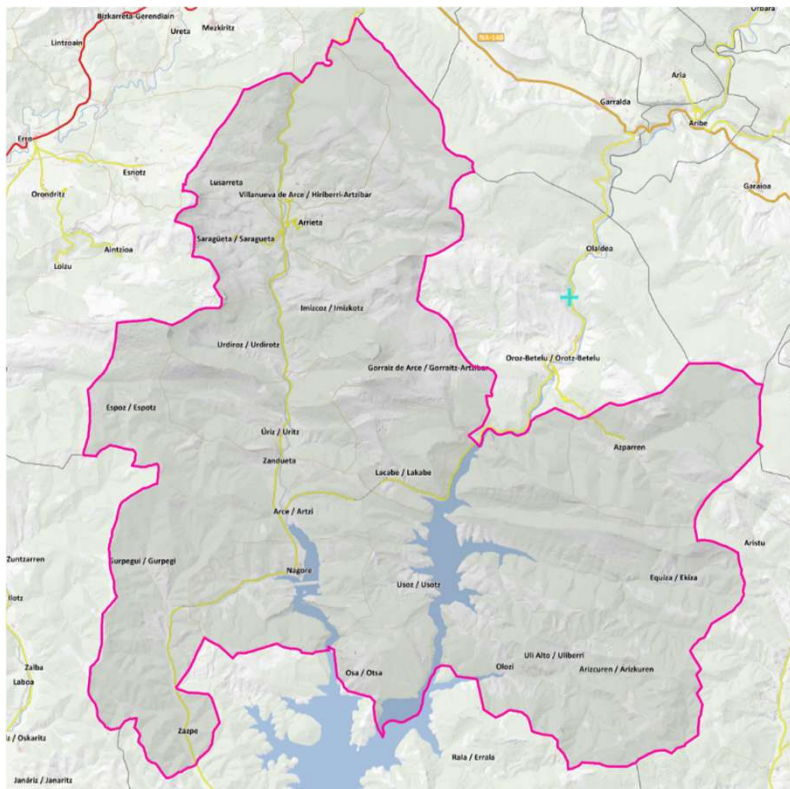


Pueblos que lo integran:

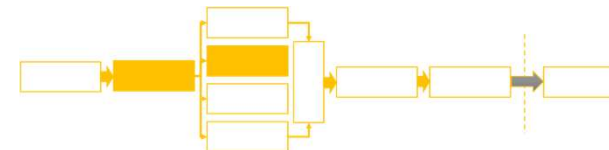
- Amocain/Amokain
- Arce/Artzi
- Arrieta
- Azparren
- Equiza/Ekiza
- Gurpegi/Gurpegi
- Imízcoz/Imizkotz
- Lacabe/Lakabe
- Muniain de Arce/ Muniain Artzibar
- Nagore
- Osa/Otsa
- Saragüeta/Saragueta
- Urdiroz/Urdirotz
- Úriz/Uritz
- Lúsarreta
- Zandüeta
- Zazpe
- Arizcuren/Arizkuren
- Artozqui/Artozki
- Asnoz/Asnotz
- Ekieta
- Espoz/Espotz
- Gorraiz de Arce/Gorraiz Artzibar
- Uli Alto/Uliberri
- Usoz/Usotz
- Villanueva de Arce/Hiriberri Artzibar

Despoblados:

- Irizar
- Oloriz Alto/Olorizgoiti
- Oloriz Bajo/Olorizbeiti
- Sarasu/Sarasun
- Uloci/Olozi
- Urdaci/Urdazi
- Uroa
- Urrobi
- Adasa
- Zazpe
- Arizcuren/Arizkuren
- Asnoz/Asnotz
- Ekieta
- Uli Alto/Uliberri



*Fuente: Geoportal (Idena)



Datos Generales

Denominación: Arce / Artzi

Código de la entidad local: 0280000

Merindad: Sangüesa

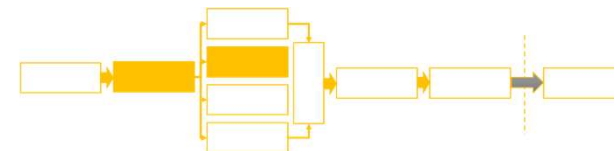
Tipo de entidad: Municipio compuesto

Zona lingüística: Mixta

Población: 296 habitantes **Ver evolución**

Fecha	Población
01/01/2023	296
01/01/2022	278
01/01/2021	253
01/01/2020	262
01/01/2019	262

*Fuente: Nastat (elemento central del Sistema Estadístico de Navarra)



Datos poblacionales:

- Población residente: 296 habitantes (a 01/01/2023)
- Media de edad en 2023: 46,5 años (a 01/01/2023)
- Crecimiento interanual de población 2023/2022: 6,5%
- Porcentaje población extranjera: 3,2% (a 01/01/2022)
- Porcentaje mujeres: 44,6%
- Índice de dependencia (población menor de 15 años y mayor de 64 por cada 100 habitantes): 40,4%
- Migraciones por municipio: 4

**Fuente: Nastat (elemento central del Sistema Estadístico de Navarra)*

Distancia a principales núcleos de población de Navarra:

- Pamplona: 40,5 kms / 40 min
- Tafalla: 70,2 kms / 53 min
- Estella: 84,4 kms / 1,03 horas
- Tudela: 132 kms / 1,5 horas

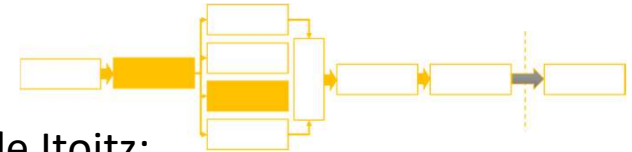
Distancia a otros núcleos de población de interés:

- Roncesvalles: 20,2 kms / 23 min
- Aoiz: 14 kms / 13 min
- Donostia: 132 kms / 1,5 horas
- San Juan de Pie de Port: 47,5 kms / 1 hora



B.3. Análisis externo

La página web del Área de Desarrollo Local de Gobierno de Navarra recoge información sobre las zonas de baño en el embalse de cola de Itoitz:



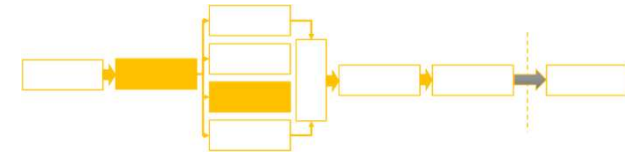
- Existen dos playas: Angordoi, y la Playa de Arce/Artze.
- La temporada de apertura es de 15 de junio al 15 de septiembre.
- Ambas playas cuentan con zona de aparcamiento (en total 156 plazas, gratuitos y sin reserva previa necesaria): En Angordoi (Nagore) hay 62 plazas y 2 plazas PMR y en la playa de Arce hay 89 plazas y 3 plazas PMR.
- El horario de ambas playas es de 10 h a 22 horas. Consta de servicio WC en ambas playas y un punto de información en la playa de Nagore (horario: 10 h a 18 h). El baño no está vigilado.

■ Oferta actual afin en la zona:

En la actualidad, y durante el periodo estival, Gobierno de Navarra realiza la contratación, a través de la empresa pública Konpondoa, de personal que realiza **labores de Control y vigilancia de las zonas de baño** alrededor del Embalse de cola.

Las principales tareas que realizan estas personas son:

- Control y conteo de vehículos
- Traslado de información sobre la zona y el embalse a las personas que acuden a realizar una consulta
- Revisión de que no se produzcan altercados (y aviso a Policía Foral si fuera necesario)
- Limpieza y mantenimiento puntual



▪ Oferta complementaria existente en el Valle

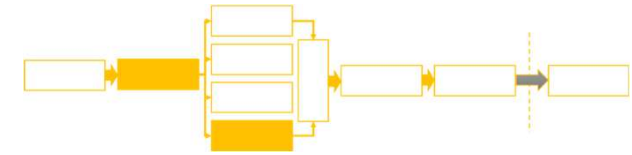
❑ Servicios de hotelería / alojamientos:

- Apartamiento turístico La Central, Azparren
- Apartamentos turísticos en Oroz-Betelu*: Irati-Olaldea I e Irati Olaldea II
- Casas rurales en Saragüeta: Venta de Arrieta, Monaut I y Monaut II
- Casas rurales en Villanueva de Arce: Mari Cruz, Parriola, Marcos I y Marcos II
- Casas rurales en Oroz-Betelu*: El Sastre y Miguelandi
- Pensión Arce Pirineo, Arrieta
- Pensión Casa Marterenea, Arrieta
- Hotel rural Torre de Úriz, Úriz
- Casas rural Casa Inda, Arrieta

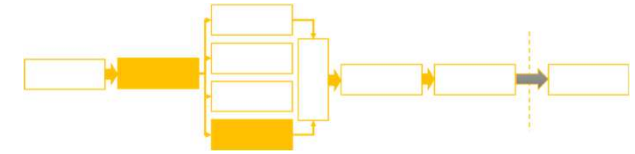
❑ Tiendas:

- Bar restaurante Txalaparta, Nagore (actualmente inactivo)

▪ *Fuente: web turismo Navarra (visitnavarra.es) + web Valle de Arce (valledearce.com)



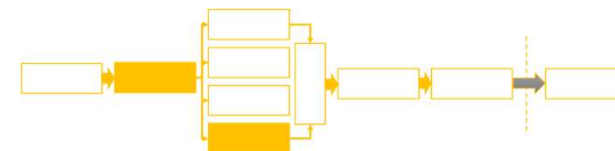
- Sedena ha analizado **15 espacios o conjuntos naturalístico-patrimoniales** con el fin de **identificar las áreas de trabajo y las mejores prácticas que pueden implementarse** en el Palacio de Arce y su entorno.
- **Criterios de evaluación** de los diferentes espacios analizados:
 - ❑ **La ubicación:**
 - Espacios rehabilitados en zonas rurales
 - Espacios ubicados en zonas con baja densidad de población
 - Espacios ubicados en espacios naturales (con o sin protección)
 - ❑ **La programación que realizan:**
 - Albergan Programas educativos/formativos basados en la naturaleza
 - Albergan programas y/o actividades culturales y/o patrimoniales
 - Espacios que aúnan patrimonio y naturaleza permitiendo experiencias combinadas
 - Elementos y programas que invitan a la realización de un turismo sostenible
 - ❑ **La tipología de públicos que acogen:**
 - Implicación de las comunidades locales
 - Abiertos a diferentes tipos de públicos (en función del ámbito geográfico de procedencia, en cuanto a su organización, duración de la visita, edad, tipo de turismo que realizan....)
 - ❑ En cuanto a la **existencia o no de elementos que sean fuentes de ingresos** para el espacio



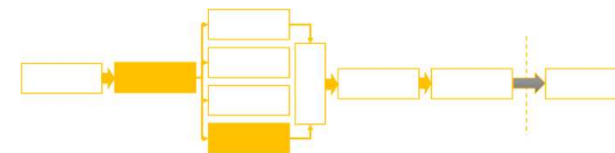
▪ Espacios analizados:

- ☐ Centro cultural Villavés sostenible (Villavés, Burgos)
- ☐ MonViso institute (Italia)
- ☐ Sanagustin Kulturgunea (Azpeitia, Gipuzkoa)
- ☐ Centre d'education au patrimoine ospitalea (Irisarry, Lapurdi)
- ☐ Parque aventuras Txindokiko Itzala (Abaltzisketa, Gipuzkoa)
- ☐ Centro de educación ambiental Cuacos de Yuste (Extremadura)
- ☐ Frick environment center (Pittsburgh, USA)
- ☐ Kutxa Ecogunea (Donostia, Gipuzkoa)
- ☐ Molino de Lecrín (Ducal, Granada)
- ☐ Embalse Ulibarri Gamboa (Álava)
- ☐ Embalse de Mequinenza (Zaragoza)
- ☐ Embalse de Alloz (Navarra)
- ☐ Embalse As Conchas (Ourense)
- ☐ Ruinas del Real Sitio de La Isabela (Sacedón, Guadalajara)
- ☐ Central artística de Bueño (Ribera de Arriba, Asturias)

Análisis externo. Análisis de propuestas de valor de espacios y conjuntos afines y sus públicos



	Ubicación y edificio				Servicios y programación										Fuentes de ingreso								Públicos												
	En zona rural	Medio Natural	Patrimonio + cultura	Espacio rehabilitado	Centro de visitantes	Espacios multifuncionales	Espacio expositivo	Limpieza	Mantenimiento	Socorristas	Vistas / Guías / audioguías	Eventos Culturales	Experiencias Combinadas (P+D)	Actividad deportiva / fisioterapia / salud	Desarrollo turístico sostenible	Control de accesos parking	Bar / Cafetería	Restaurante	Tienda	Alquiler bicicletas	Alquiler espacios / eventos	Actividades formativas	Espacio empresarial	Local	Provincia	Nacional	Internacional	Generalista	Escolar	Grupos	Senior	Especialista	Riesgo de exclusión		
Centro cultural Villavés sostenible (Villavés, Burgos)	x			x		x	x					x										x		x				x	x						
MonViso institute (Italia)	x	x			x	x									x						x	x	x	x											
Sanagustin Kulturgunea (Azpeitia, Gipuzkoa)																																			
Centre d'education au patrimoine ospitalea (Irisarry, Lapurdi)	x		x		x	x	x				x	x							x			x		x				x	x	x					
Parque aventuras Txindokiko Itzala (Abaltzisketa, Gipuzkoa)	x	x			x									x	x				x									x	x	x					
Centro de educación ambiental Cuacos de Yuste (Extremadura)	x	x		x	x	x					x		x	x	x							x							x	x		x			
Frick environment center (Pittsburgh, USA)		x			x	x					x		x	x	x				x			x							x	x					
Kutxa Ecogunea (Donostia, Gipuzkoa)		x			x						x				x							x						x	x	x		x			
Molino de Lecrín (Ducal, Granada)	x	x			x	x							x	x	x							x							x	x					
Embalse Ulibarri Gamboa (Álava)	x	x			x	x	x			x			x	x	x					x		x						x	x	x					
Embalse de Mequinzenza (Zaragoza)		x												x	x																				
Embalse de Alloz (Navarra)	x	x								x			x	x	x							x						x	x	x		x			
Embalse As Conchas (Ourense)	x	x	x										x	x	x													x		x			x		
Ruinas del Real Sitio de La Isabela (Sacedón, Guadalajara)	x	x	x										x	x	x							x		x				x	x	x		x			
Central artística de Bueño (Ribera de Arriba, Asturias)	x		x	x		x	x					x			x									x				x	x	x		x			



Conclusiones:

EL PALACIO DE ARCE HOY

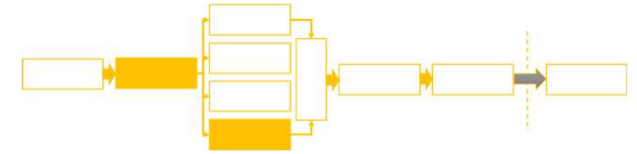
Ubicación y edificio	En zona rural	x
	Medio Natural	x
	Patrimonio + cultura	x
	Espacio rehabilitado	x
Servicios y programación	Centro att visitantes	
	Espacios multifuncionales	
	Espacio expositivo	
	Limpieza	x
	Mantenimiento	x
	Socorrismo	
	Vistas Guiadas / audioguías	
	Eventos Culturales	
	Experiencias Combinadas (P+D)	x
	Act. Deportiva/física/salud	x
	Desarrollo turismo sostenible	x

Fuentes de ingreso	Control de accesos parking	X (gratuito)
	Bar / Cafetería	
	Restaurante	
	Tienda	
	Alquiler bicicletas	
	Alquiler espacios/eventos	
Públicos	Actividades formativas	
	Espacio empresarial	
	Local	x
	Provincia	x
	Nacional	
	Internacional	X*
	Generalista	x
	Escolar	
	Grupos	x
	Senior	
	Especialista	
	Riesgo de exclusión	

*Público internacional residual: Eurovelo y Calzada romana

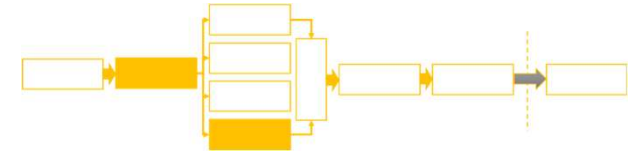


B.4. Análisis de los públicos actuales



Conclusiones de los estudios realizados sobre los públicos actuales:

- En la actualidad, los públicos actuales que realizan actividades en la zona del Palacio de Arce y del Embalse de Cola de Nagore se pueden agrupar de la siguiente manera:
 - ❑ *En función del ámbito geográfico* de procedencia: (en su gran mayoría)
 - Visitantes locales
 - Visitantes de la Comunidad Foral de Navarra
 - ❑ *En función de la motivación:*
 - Turismo de sol
 - Turismo rural / ecoturismo / turismo slow
 - Turismo patrimonial/cultural
 - Turismo deportivo: cicloturismo, montaña, caza
 - Turismo de peregrinación* (residual)
 - Turismo activo o de naturaleza* (recogido en deportivo)
 - ❑ *En base a su relación:*
 - Turismo familiar
 - Turismo grupo amigos



Conclusiones de los estudios realizados sobre los públicos actuales:

- Durante el año, las personas que acuden a hacer uso del entorno del Embalse de cola son fundamentalmente personas del valle que pasean por la zona, cicloturistas o cazadores.
- Por otro lado, la mayor parte del público descrito arriba hace un uso masivo estacionalmente en verano, cuando abre la temporada de baño del embalse, generalmente entre el 15 de junio y el 15 de septiembre, de lunes a domingo, entre las 10 y las 19 horas.

**Fuente: informes Kanpondoa y Plan estratégico municipal del Valle de Arce 2023-2027*

- La única investigación que disponemos de visitantes, en realidad de vehículos, es el registro de ocupación de los parkings de las playas de Nagore y Atzibar realizado por Kapondoa S.L.
- Los datos recogidos en la misma corresponden a ocupación de los parkings por franjas horarias, días y semanas, a lo largo de los veranos de 2021, 22 y 23.
- Un mismo vehículo puede figurar, en el caso de permanecer el día completo, en el conteo de todas las horas. Por ello, para poder ofrecer una primera aproximación válida de visitantes, hemos utilizado las siguientes hipótesis:

1ª hipótesis. Ocupación media por vehículo. Al tratarse de un espacio de esparcimiento, se ha estimado en 2,5 personas por vehículo.

2ª. Usos diarios de vehículos por cada plaza de parking, a partir del tipo de visitante, estancia promedio y día de la semana. En concreto aplicamos el cuadro siguiente:

Tipo de visitante	Estancia promedio / ratio		Mix visitantes	Usos por plaza	Visitantes por vehículo
Visitante casual	1-2 horas	2 horas	10%	3,5	2,5
Visitante 1/2 jornada	3-4 horas	1/2 día	20%	2	
Excursionista día completo	6-7 horas	Día completo	70%	1	

- El dato a utilizar para aplicar los datos del cuadro, con el objetivo de estimar número de visitantes, es el de la ocupación máxima de vehículos en cada día de la semana (franja máxima de ocupación). Una vez aplicados al mismo el mix de visitantes y usos (vehículos) por plaza, se multiplica el resultante de vehículos “diferentes” por 2,5 personas promedio por vehículo.

Análisis de los públicos actuales y su estacionalidad

- A partir de las hipótesis y fórmula de cálculo señaladas, obtenemos una primera estimación (primera aproximación) del número de visitantes de las playas de Nagore y Atzibar, en los veranos 2021, 2022 y 2023. Son las siguientes:

2021 Agondioitz. Vehículos por día semana y franjas horarias y estimación de VISITANTES								
Franja	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
11:00	20	14	15	27	33	58	127	294
12:00	27	46	27	75	76	129	252	632
13:00	54	65	57	143	95	284	460	1.158
14:00	77	86	57	149	101	306	497	1.273
15:00	77	88	67	158	117	320	514	1.341
16:00	106	110	109	207	205	357	582	1.676
17:00	173	160	154	308	286	356	530	1.967
18:00	232	222	192	379	252	325	498	2.100
19:00	13	81	93	155	168	142	259	911
Visitantes	841	805	696	1.374	1.037	1.294	2.110	8.156

2021 Artzibar. Vehículos por día semana y franjas horarias y estimación de VISITANTES								
Franja	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
11:00	18	16	16	25	17	45	87	224
12:00	30	38	35	52	42	99	235	531
13:00	38	55	46	87	87	255	387	955
14:00	54	57	140	95	107	314	524	1.291
15:00	41	73	64	114	119	372	568	1.351
16:00	57	85	81	153	215	454	618	1.663
17:00	126	120	123	289	290	492	717	2.157
18:00	166	177	219	419	295	519	710	2.505
19:00	45	99	173	313	254	374	481	1.739
Visitantes	602	642	794	1.519	1.051	1.646	2.240	8.493

2022 Agondioitz. Vehículos por día semana y franjas horarias y estimación de VISITANTES								
Franja	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
11:00	79	52	50	51	56	188	680	1.156
12:00	118	108	69	87	64	330	529	1.305
13:00	122	123	69	93	79	434	586	1.506
14:00	160	151	75	93	57	463	632	1.631
15:00	181	178	103	123	77	540	663	1.865
16:00	248	253	155	172	123	619	727	2.297
17:00	337	311	216	258	172	635	751	2.680
18:00	316	323	182	311	191	580	690	2.593
19:00	-	-	-	-	-	-	-	-
Visitantes	1.146	1.171	660	1.127	624	2.244	2.635	9.606

2022 Artzibar. Vehículos por día semana y franjas horarias y estimación de VISITANTES								
Franja	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
11:00	44	48	39	35	40	111	266	583
12:00	72	53	46	54	61	193	411	890
13:00	78	49	52	52	58	253	441	983
14:00	95	80	65	54	50	270	452	1.066
15:00	117	115	71	71	52	320	497	1.243
16:00	153	145	106	82	75	400	539	1.500
17:00	207	187	138	155	93	453	554	1.787
18:00	189	202	147	172	113	469	524	1.816
19:00	13	-	-	-	-	-	-	13
Visitantes	685	732	533	624	337	1.450	1.954	6.315

2023 Agondioitz. Vehículos por día semana y estimación de VISITANTES								
Franja	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
11:00	49	92	66	73	55	166	153	654
12:00	76	173	102	106	80	262	273	1.072
13:00	89	229	133	129	106	320	399	1.405
14:00	107	228	153	107	124	348	444	1.511
15:00	117	237	157	117	134	326	533	1.621
16:00	157	299	195	153	156	351	635	1.946
17:00	194	352	276	208	218	417	654	2.319
18:00	226	427	341	283	219	369	408	2.273
19:00	-	-	-	-	-	-	-	-
Visitantes	819	1.548	1.236	1.026	790	1.272	2.302	8.994

2023 Artzibar. Vehículos por día semana y franjas horarias y estimación de VISITANTES								
Franja	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total SEM
11:00	44	72	48	65	65	105	114	513
12:00	67	111	66	84	80	177	272	857
13:00	85	169	77	97	95	256	399	1.178
14:00	93	168	109	94	107	276	445	1.292
15:00	107	216	143	90	135	301	494	1.486
16:00	139	269	189	125	152	327	611	1.812
17:00	207	321	277	167	175	391	586	2.124
18:00	231	321	285	176	185	327	475	2.000
19:00	-	-	-	-	-	-	-	-
Visitantes	837	1.164	1.033	638	634	1.185	2.215	7.707

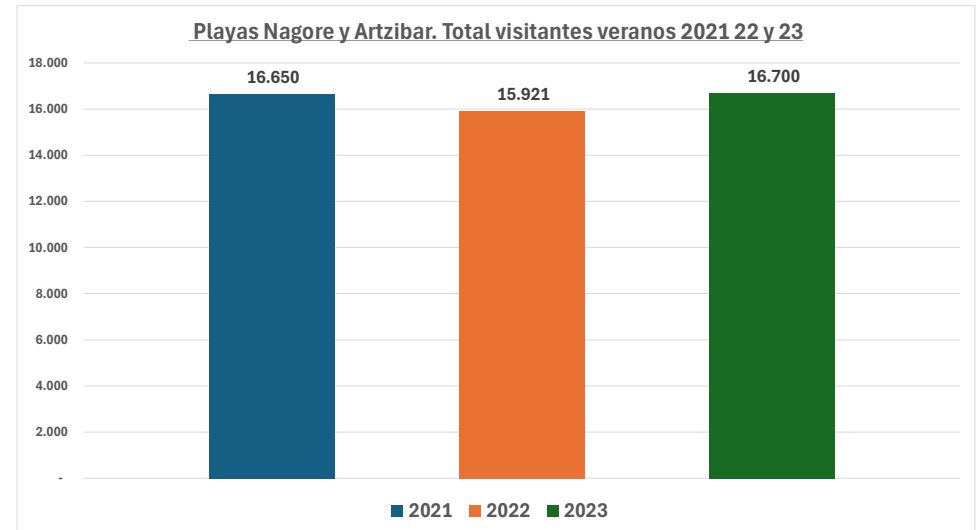
Y conjuntamente:

- ✓ En los veranos 2021, 22 y 23 visitaron las Playas de Artzibar y Argondoitz unos **16,000 visitantes**

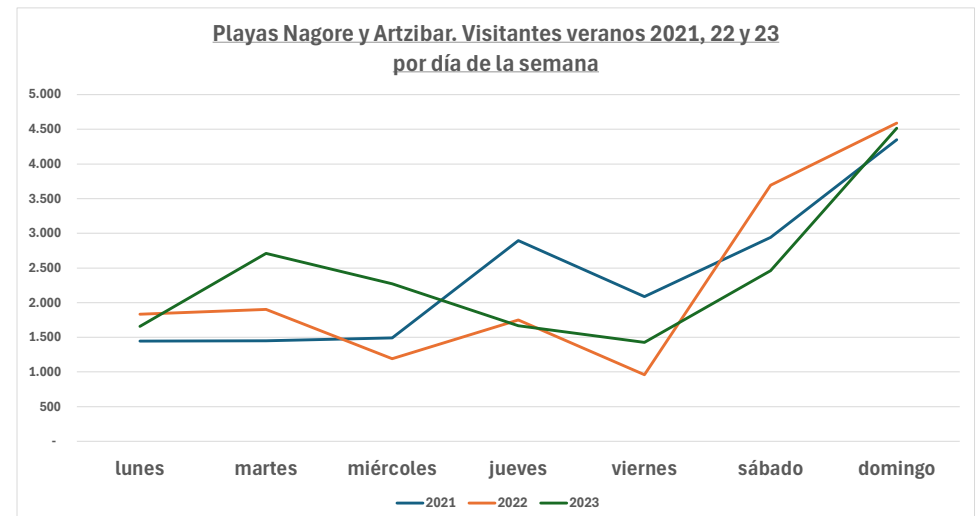
Franja	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
11:00	38	30	31	52	50	103	214	518
12:00	57	84	62	127	118	228	487	1.163
13:00	92	120	103	230	182	539	847	2.113
14:00	131	143	197	244	208	620	1.021	2.564
15:00	118	161	131	272	236	692	1.082	2.692
16:00	163	195	190	360	420	811	1.200	3.339
17:00	299	280	277	597	576	848	1.247	4.124
18:00	398	399	411	798	547	844	1.208	4.605
19:00	58	180	266	468	422	516	740	2.650
Visitantes	1.443	1.446	1.490	2.893	2.088	2.940	4.350	16.650

Franja	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
11:00	123	100	89	86	96	299	946	1.739
12:00	190	161	115	141	125	523	940	2.195
13:00	200	172	121	145	137	687	1.027	2.489
14:00	255	231	140	147	107	733	1.084	2.697
15:00	298	293	174	194	129	860	1.160	3.108
16:00	401	398	261	254	198	1.019	1.266	3.797
17:00	544	498	354	413	265	1.088	1.305	4.467
18:00	505	525	329	483	304	1.049	1.214	4.409
19:00	13	-	-	-	-	-	-	13
Visitantes	1.831	1.903	1.193	1.751	961	3.694	4.589	15.921

Franja	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total
11:00	93	164	114	138	120	271	267	1.167
12:00	143	284	168	190	160	439	545	1.929
13:00	174	398	210	226	201	576	798	2.583
14:00	200	396	262	201	231	624	889	2.803
15:00	224	453	300	207	269	627	1.027	3.107
16:00	296	568	384	278	308	678	1.246	3.758
17:00	401	673	553	375	393	808	1.240	4.443
18:00	457	748	626	459	404	696	883	4.273
19:00	-	-	-	-	-	-	-	-
Visitantes	1.657	2.712	2.269	1.664	1.425	2.458	4.517	16.700



- ✓ Los fines de semana, pero especialmente los domingos, el número de visitantes dobla a los de lunes a viernes



Hemos analizado la presencia y nivel de búsquedas en Internet durante 2024 del Palacio de Arce y su entorno, a través de Google, redes sociales (RRSS) y otras aplicaciones (App) por medio de las palabras claves: “Palacio de Arce”, “Playa de Nagore” y “Embalse de cola”. Los resultados han sido los siguientes:

A. Presencia digital

A través de la herramienta *Google Trends*, hemos analizado el interés de las personas usuarias en Google. El resultado es que EL INTERÉS ES PRÁCTICAMENTE NULO. Tan sólo algo, muy escaso, durante los meses de Julio y Agosto (Ver gráfico a continuación. Nota: Los picos de búsquedas de octubre, corresponden al equipo de Sedena).

Cuando las y los usuarios buscan en Google “Palacio de Arce”, lo hacen desde otras regiones interesados por un Gastro Hotel de Cantabria denominado igualmente Palacio de Arce, no para “nuestro espacio”, para el cual hace falta agregar “Navarra”, de otro modo, inorgánicamente (sin invertir en publicidad), en primera posición sale siempre el Gastro Hotel.

B. Presencia en Redes Sociales (RRSS) y Multimedia (geolocalización)

Para este objetivo hemos analizado:

- *Instagram*, al ser la principal RRSS para compartir viajes (Tik Tok no la hemos considerado).
- *YouTube* y *Flickr*, principales plataformas Web para almacenar y compartir fotografías y videos en línea.
- *Wikiloc*, APP de referencia para rutas de senderismo, bicicleta y otras actividades al aire libre

Los resultados son los siguientes (Ver gráficos a continuación).

B1. Presencia en RRSS. Similar a lo señalado anteriormente, LA PRESENCIA ES PRÁCTICAMENTE NULA.

B2. Multimedia. Se repite la PRÁCTICA INEXISTENCIA en estas plataformas.

B3. Wikiloc. Aquí SÍ HAY RESULTADOS, lo cual es interesante al tratarse de la red con la mayor comunidad de senderismo a nivel estatal, lo cual es significativo y muestra una oportunidad con potencial.

● **Embalse de Cola**
Término de búsqueda

● **Palacio de Arce**
Término de búsqueda

● **Playa de Nagore**
Término de búsqueda

+ Añadir comparación

España ▼

Últimos 12 meses ▼

Todas las categorías ▼

Búsqueda web ▼

Interés a lo largo del tiempo ⓘ



"Pantano de Arce" x

Actividades

Distancia

Más Filtros

Ver mapa

Mountain Bike

Guarda en una Lista

Muestra en el mapa

Pantano de Arce - despoblado de Osa por pista

Distancia: 17,95 km
Desnivel +: 408 m
TrailRank: 30



marcotrotamundos

Senderismo

Guarda en una Lista

Muestra en el mapa

Nagore, Artziko urtegia, pantano de Arce

Distancia: 6,70 km
Desnivel +: 44 m
TrailRank: 36



M.iraola

Senderismo

Guarda en una Lista

Muestra en el mapa

Vuelta circular al pantano de Arce

Distancia: 6,37 km
Desnivel +: 34 m
TrailRank: 18



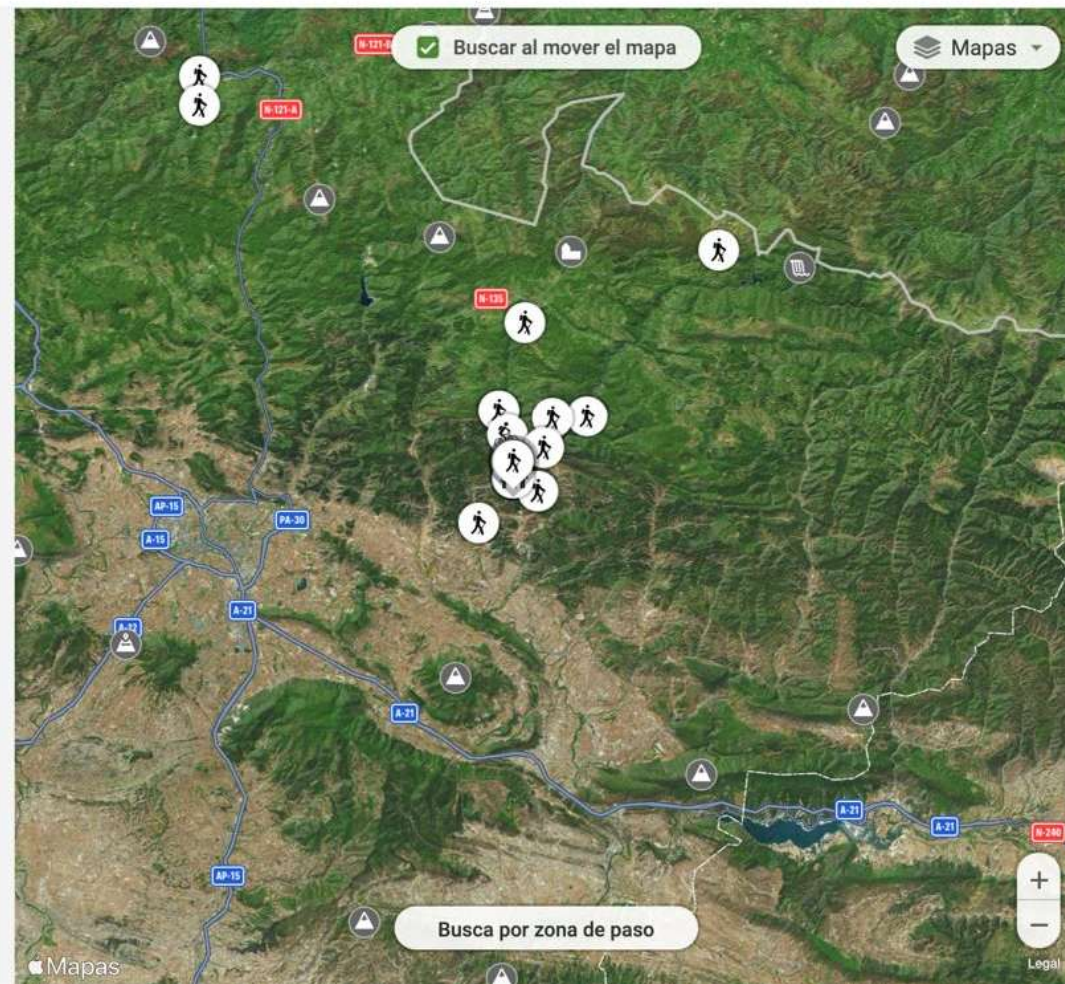
Potasero

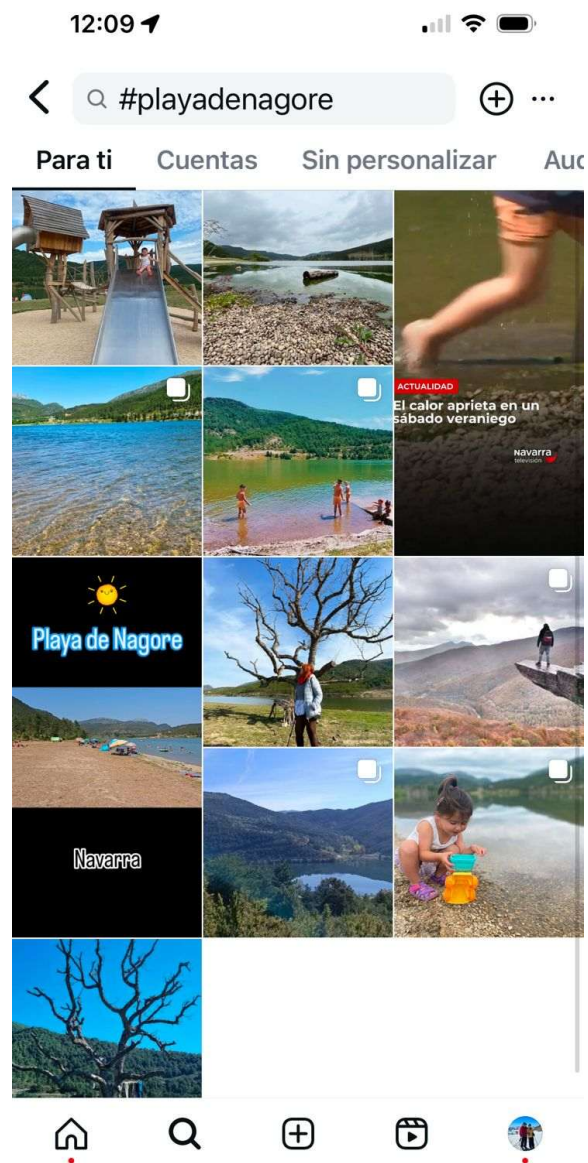
Senderismo

Guarda en una Lista

Muestra en el mapa

17/09/2021 Nagore- Vuelta al pantano de Arce.





Palacio de Arce

4,5 ★★★★★ 18 reseñas ⓘ ⋮

Lugar de interés histórico en España

📍 Cómo llegar

🔖 Guardar

🔗 Compartir

El Palacio de Arce es un edificio residencial señorial, palacio cabo de armería, ubicado en Arce (Navarra), . [Wikipedia](#)

Dirección: [Unnamed Road, 31438, 31438, 31438, Navarra](#)

Provincia: [Navarra](#)

[Sugerir un cambio](#) · [¿Eres el propietario de esta empresa?](#)

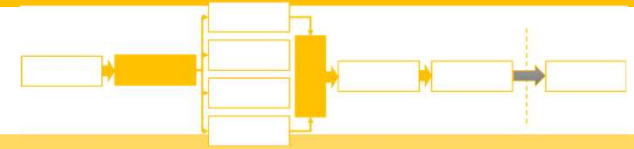
Añadir información que falta

[Añadir número de teléfono del lugar](#)



B.5. DIAGNÓSTICO DAFO

DAFO (Resumen) del Palacio de Arce



Debilidades y Amenazas

- Cumple criterios de España vaciada. Poca población, dispersión de la misma en distintos núcleos...
- Actualmente no existe una oferta organizada como para que las personas usuarias se desplacen hasta allí para vivir una experiencia completa.
- Estacionalidad concentrada en verano del público que acude a la zona.
- Se deben poner en valor los recursos turísticos y medioambientales del Palacio y su entorno para conecten o complementen la oferta.
- Elevado margen de mejora en estrategia de comunicación y promoción.
- El aislamiento de la zona limita la especialización de las personas/profesionales disponibles.
- Escaso trabajo de recogida y análisis de dato (públicos, oferta...).

Fortalezas

- El palacio está considerado un bien patrimonial histórico
- Palacio de valor patrimonial, en magnífico estado de conservación y restauración: esto por sí mismo atrae a público, y posibilita la construcción de una oferta atractiva que lo acompañe.
- Por las características del Palacio y de su entorno se puede desarrollar acciones (oferta) basadas en recursos turísticos en tendencia al alza. (ejemplos en los Dafos adjuntos)
- Como el punto de partida es bajo, en lo que se refiere a la promoción y la difusión, el impacto de su reactivación se puede notar desde el inicio.
- Cuenta con espacios adecuados y recursos en los que plantear una experiencia completa de atención al visitante (recursos culturales/entorno natural/bar/restaurante)
- Entorno del Valle (habitantes) implicados con el proyecto y su viabilidad (prescriptores)

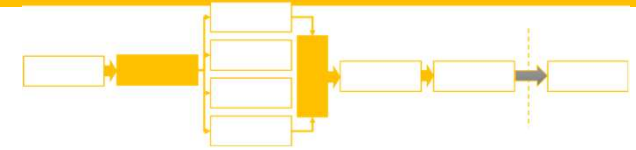
Oportunidades

Velocidad 1 (Corto Plazo)

- Propuesta de oferta de servicios esenciales y de valor (actividades) que atraiga a visitantes al espacio. Revisándola y ampliándola en intención, cantidad y calidad.
- Activación de la difusión y promoción del espacio: generalista y específica según los públicos.

Velocidad 2 (Medio y largo Plazo)

- Creación de la Experiencia Palacio de Arce:
 - Atractiva y de calidad; atrayendo por sí misma al público visitante pretendido.
 - Experiencia 360º (patrimonial y medioambiental) “ (Patrimonio, desconexión, naturaleza, interioridad, slow...)
 - Completa, que cubra las necesidades, búsquedas y gustos del público potencial.
- Diseño de un plan de explotación 360º, desde el punto de vista de los recursos financieros que aporta.
- Diseño y programación progresiva de otras acciones que enriquezcan y complementen la Experiencia con impacto en el territorio.
- Mayor control del dato.
- Implantación de estrategia de públicos y de comunicación integral que contribuya a la mejora continua de la oferta, y a la promoción del proyecto (incremento sostenido de nº de visitantes)



Principales conclusiones de la situación actual

El contexto en el que está ubicado el Palacio conlleva una serie de limitaciones de las que debemos ser conscientes.

- Aislamiento del Palacio (reto a la hora de atraer volumen de tráfico de visitantes).
- Los recursos turísticos de la zona que pueden complementarle pueden ser insuficientes.

Las características del Palacio, con salas multifuncionales, previsión de bar-restaurant-tienda; las características del entorno, patrimoniales y medioambientales; brindan una serie de oportunidades a la hora de plantear el posicionamiento y la oferta para el espacio.

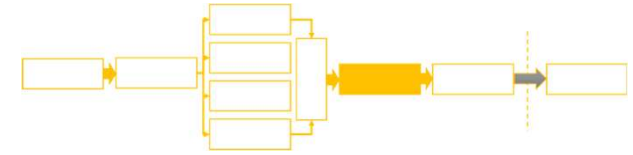
- La oferta y promoción que se realice del Palacio y su entorno pueden traducirse en un incremento temprano del número de visitantes. (El reto estará en sostener el incremento)
- El valor natural y patrimonial del Palacio y su entorno permiten plantear una experiencia turístico-cultural completa desde el punto de vista cultural y deportivo para cualquier persona visitante y de cualquier condición física.
- El entorno cuenta con recursos turísticos al alza con los que enriquecer la oferta experiencial del Palacio (naturaleza, desconexión, *slow travel*, astronomía...)
- El conjunto de las instalaciones hace posible diseñar un centro de atención al visitante (360º), con servicios que complementen la visita (tienda, cafetería...)
- Los distintos espacios en que se divide el espacio permiten experimentar e innovar con la oferta (sin desvirtuar o atomizar la misma).

Nota: Se han realizado 4 DAFOS específicos en función de los objetivos principales (líneas de actuación) que se quieren conseguir en el espacio.

C. OBJETIVOS Y PÚBLICOS



C.1. Propósito de Gobierno de Navarra para el Palacio de Arce y su entorno



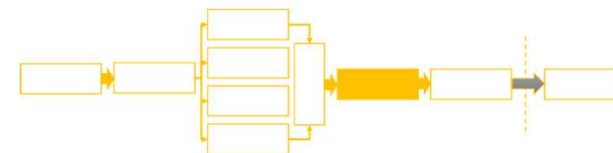
Un planteamiento alineado con el propósito de Gobierno de Navarra

Partiendo del análisis de la documentación recibida de Gobierno de Navarra, Nasuvinsa y Cederna, así como de las reuniones mantenidas hasta el momento con la Mesa del Valle y Gobierno de Navarra, expondremos a continuación los objetivos, públicos y propuesta de valor sobre el Palacio de Arce y su entorno.

Desde Sedena creemos que es importante escuchar y comprender las inquietudes, objetivos y retos clave de las Instituciones con las que compartimos proyecto -en este caso, Gobierno de Navarra- para sumar y dirigir esfuerzos en una misma dirección.

Es por ello que el propósito pretendido por Gobierno de Navarra para el Palacio de Arce y su entorno será la brújula del presente trabajo que vamos a compartir.

A continuación, exponemos algunos de los criterios que hemos tenido presentes a la hora de hacer este diagnóstico, y que seguirán presentes en el proceso de ideación de la licitación que regirá las condiciones de gestión y desarrollo del espacio. Todos ellos parten del seguimiento que realiza Sedena a Gobierno de Navarra (como agente relevante de nuestro sector); y, sobre todo, de los encuentros mantenidos hasta el momento.



Idea Principal sobre la que pivota la propuesta de Sedena...

- *Necesitamos que nos ayudéis en la gestión de los espacios de Arce (Elaboración de un Plan de Gestión para los Espacios de Arce).*
- *Necesitamos que nos trasladéis una propuesta económica para los trabajos del Plan de Gestión del entorno y Palacio de Arce.*

Conclusiones de las reuniones mantenidas en octubre de 2024:

- Visita técnica al Palacio de Arce el 8 de octubre de 2024
- Encuentro con la Mesa del Valle el 17 de octubre de 2024

El Palacio de Arce, edificio histórico del siglo XVI que se encontraba en estado de ruina, ha sido rehabilitado con el fin de convertirse en un espacio de disfrute para la ciudadanía y que sirva de impulso y motor de crecimiento del Valle.

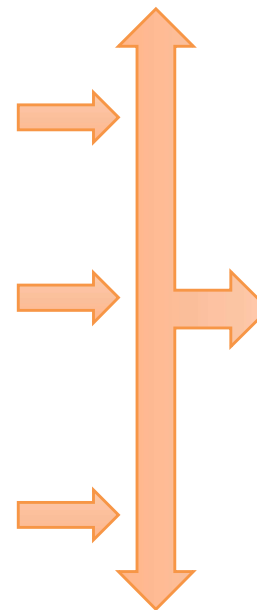
Somos conscientes de los retos, pero consideramos que hay fórmulas posibles para impulsarlo, de forma viable, a través de un nuevo planteamiento de plan de negocio. (contenido, difusión, dinamización, programación...)

Cuatro ejes de desarrollo

El diagnóstico de un espacio de estas características debe de tener en cuenta una gran cantidad de elementos que influyen en su propósito, posicionamiento y modelo de negocio.



Para la realización del estudio del Palacio de Arce y su entorno, y posterior propuesta de posicionamiento, proponemos agrupar todos los elementos en cuatro ejes de desarrollo (o miradas).



Crecimiento turístico sostenible

Oferta orientada al visitante

Promoción del espacio natural y patrimonial

Comunicación y difusión del espacio y del valle

Implicación de la comunidad local

Vínculo e impacto en el tejido del Valle

Desarrollo económico

Oferta como recurso económico que revierta en el proyecto

Dafo Crecimiento turístico sostenible

Debilidades

- Ubicado en un entorno que cumple criterios de España vaciada. Poca población, dispersión de la misma en distintos núcleos muy pequeños...
- Necesidad de desplazarse expresamente hasta el lugar.
- Presencia turística concentrada en el periodo estival (junio-septiembre) y dedicada al ocio deportivo o de esparcimiento.
- No existe oferta de restauración en la zona.
- Escaso trabajo de recogida y análisis de dato.

Fortalezas

El monumento es de un valor patrimonial excepcional, recién rehabilitado (excepcional estado de conservación y restauración).

- Esto por sí mismo atrae a público,
- y posibilita la construcción de una oferta atractiva que lo acompañe.

Por sus características, en el Palacio se pueden desarrollar acciones (oferta) basadas en recursos turísticos en tendencia al alza. Algunos ejemplos:

- Turismo de naturaleza (y *slow travel*) / astronomía / rutas cicloturistas/ ornitología / moto /...
- A su alrededor se encuentran dos espacios que pueden completar la visita patrimonial: Termas romanas e Iglesia románica de Santa María

Amenazas

- Estacionalidad del flujo turístico
- Turismo actual necesitado de normativa (Accesos y aparcamiento, control de mascotas, permisos y prohibiciones...)

Oportunidades

- Elaboración de una oferta atractiva y de calidad que combine la parte patrimonial y la medioambiental.
- Oferta que favorezca la desestacionalidad
- Oferta abierta a muchos tipos de públicos muy variados: (escolar, familiar, mayores organizados, de ámbito patrimonial, medioambiental/naturaleza, deportivo, local, internacional....)
- Oferta que posibilite el desarrollo de otros servicios y comercios en el valle para albergar al turista (comercios, casas rurales....)

Dafo Promoción del espacio natural y patrimonial

Debilidades

- No se cuenta con una segmentación de los diferentes públicos que acuden al espacio
- No existe una estrategia de promoción y difusión del espacio y del entorno.
- No existen atractivos turísticos de grandes dimensiones en la zona (Roncesvalles se encuentra a 20-28 kms)
- Entorno natural desconocido
- Escaso trabajo de recogida y análisis de dato.
- Cumple criterios de España vaciada. Poca población, dispersión de la misma en distintos núcleos...

Fortalezas

- Como el punto de partida es bajo, en lo que se refiere a la promoción y la difusión, el impacto se puede notar desde el inicio.
- Por sus características, el Palacio y su entorno puede integrarse dentro de las tendencias de turismo que forman parte de la estrategia de Turismo de la Comunidad. (atracción de público interesado + desarrollo de actividades basadas en este recurso) Algunos ejemplos:
Turismo de naturaleza (y *slow travel*) / astronomía / cicloturismo / ornitología / cultura y patrimonio / deporte y salud...

Amenazas

- El reto estará en sostener, y aumentar de manera progresiva el número de visitantes favoreciendo la desestacionalización.

Oportunidades

- Trabajar a futuro con el criterio que aporta un mayor control del dato.
- Existe recorrido, dentro de los canales habituales de Turismo de Navarra (oficinas de información, web, redes, campañas...), para promocionar las actividades que se quieran desarrollar así como las visitas guiadas, rutas ciclistas, senderos...)
- Aunque no haya una gran cantidad de activos turísticos en la zona, la rehabilitación y las características del Palacio le permite situarse en el eje turístico del Valle.
- Diseño y ejecución de una estrategia de públicos y comunicación integral.

Dafo **Implicación de la comunidad local**

Debilidades

- Cumple criterios de España vaciada. Poca población, dispersión de la misma en distintos núcleos...
- No existe en el territorio otros atractivos destacables (“gancho”) que ofrecer a nivel gastronómico, hospedería...
- Se han realizado muchos procesos participativos en los que la población local ha manifestado querer participar y formar parte de la oferta que se realice en el Palacio y cuentan con ello (actividades del día del Valle, Sala para reuniones....)

Fortalezas

- La población del Valle ha participado en los diferentes procesos desde el principio, sintiendo el Palacio como suyo. El palacio debe ocupar un espacio identitario en la dimensión cultural de la comunidad.

Amenazas

- El sentimiento de pertenencia es tan alto que pueden exigir el control de la oferta del modelo de explotación

Oportunidades

Construir vínculo con el tejido local a través de:

- Generación de empleo en el Valle a través de la activación de los servicios del modelo de explotación
- Aumento de flujo de visitantes, movimiento en la comarca.
- Incluir la programación del Valle en la programación que se realice
- Poner a su alcance una programación cultural de cierta calidad (aunque sea discreta)
- Posibilidad de venta de producto local

Dafo **Desarrollo económico**

Debilidades

- El servicio de cafetería y restauración es una apuesta arriesgada
- El aislamiento de la zona limita la especialización de las personas/profesionales disponibles.

Fortalezas

- Cuenta con espacios adecuados y recursos en los que plantear una experiencia completa de atención al visitante (Diversidad de espacios culturales acondicionados, cafetería/restaurante/entorno natural)
- Equipamiento nuevo, pensado para desarrollar actividad que genere un impacto económico en el territorio.

Amenazas

- El aislamiento de la zona implica que hay que desplazarse hasta allí por un motivo propio. No es una zona de paso. Necesaria la voluntariedad para acudir.

Oportunidades

- La ausencia de recursos turísticos destacables en el entorno nos permite centrar en el Palacio una experiencia completa destinada a las personas visitantes, que cubra las necesidades, búsquedas y gustos del público potencial.
- Aprovechar las instalaciones con el fin de generar una experiencia turística que complemente la oferta cultural y natural del espacio; que atraiga por sí misma al público pretendido. Contemplando un plan de explotación desde el punto de vista de los recursos financieros que aporta.
(Tienda / Bar-Restaurante /
- Aumentar el radio de acción, planteando la posibilidad de comercializar productos (¿y experiencias?) desde este centro de explotación turística.
- Favorecer la implantación de empresas locales relacionadas con el turismo y la explotación turística (casas rurales, empresas de alquiler de bicicletas, ropa deportiva, comercio local, reparación de bicis...)

Motivos de análisis y reflexión de cada eje de desarrollo



Crecimiento turístico sostenible

Oferta orientada al visitante

Análisis de la oferta de servicios y actividades orientada al visitante del Valle. ¿Qué se puede visitar en la zona?, ¿Cómo es la experiencia de visitante?, ¿Qué puede ofrecer el Palacio?, ¿Cuáles son las tendencias al respecto?...

Todo esto nos servirá para reflexionar y decidir el posicionamiento pretendido para el Palacio de Arce y su entorno con el fin de proponer una oferta de servicios y actividades para el espacio.



Promoción del espacio natural y patrimonial

Comunicación y difusión del espacio y del Valle

¿Qué estrategia de públicos y comunicación para el espacio natural y patrimonial del Palacio de Arce se puede proponer?, ¿Tenemos identificados y segmentados a los públicos actuales y potenciales?, ¿Nos ayuda al diseño de la oferta y la selección de canales de comunicación y promoción?, ¿Qué cambios se necesitan para impulsar el espacio en la línea de los objetivos marcados para su posicionamiento?



Implicación duradera de la comunidad local

Vínculo e impacto en el tejido local

¿Cuál es la imbricación y conexión entre el Palacio y la comunidad del Valle?, ¿Qué posibilidades de vinculación y generación de impacto existen para el tejido local?, ¿Qué puede suponer para el Valle y para la comunidad local el desarrollo de este espacio?, ¿Qué puede suponer para el Departamento de Cohesión Territorial de Gobierno de Navarra?

Dentro del propósito y las posibilidades de Gobierno de Navarra para el Valle de Arce, ¿Cómo queremos que sea la relación con sus vecinos/as a través del desarrollo del Palacio de Arce?



Desarrollo económico

Oferta como recurso económico que revierta en el proyecto

Profundización en el modelo de explotación. ¿Qué posibles fuentes de financiación existen?, ¿Qué recursos, servicios y actividades (propias de la actividad que se desarrolle) pueden proporcionar recursos económicos?, ¿Qué posibilidades encontramos?, ¿Qué posibilidades tenemos?



Crecimiento turístico sostenible

- Experiencia de Cliente innovadora, atractiva y de calidad.
- Alta acogida y satisfacción de las personas visitantes, con la acogida y experiencia turística ofrecida desde el centro de acogida a las personas visitantes.
- Alta satisfacción con la oferta cultural/patrimonial como con las propuestas derivadas del entorno natural/deportivo del entorno, logrando una experiencia 360º.
- Desestacionalización de la oferta turística, ofertando actividades y experiencias a los diferentes tipos de públicos teniendo en cuenta sus características y expectativas.



Promoción del espacio natural y patrimonial

- Público objetivo identificado y segmentado (Con dato segregado para comunicación, diseño de actividades y Gobierno de Navarra).
- Crecimiento de captación de número de visitantes, de forma progresiva y sostenida.
- El espacio debe contar con un plan de Marketing y Comunicación.
- Mejorar la visibilidad y notoriedad del palacio, el entorno y el valle de manera local, foral y nacional. Y si es posible, llegando a la comunidad internacional a través de iniciativas concretas (desarrollo y difusión de la Eurovelo3).



Implicación duradera de la comunidad local

- Desarrollo del sentimiento de pertenencia y cuidado al patrimonio y al entorno natural de la zona.
- La población local participa asiduamente de la oferta generada desde el Palacio.
- Incremento del número de visitantes de forma estable y sostenida.



Desarrollo económico

- Establecer un plan de explotación (desde el punto de vista financiero) para el Palacio y su entorno (accesos, bar-restaurant-tienda, eventos...)
- Incremento de la facturación/recaudación equilibrada entre el conjunto de servicios que ofrece la experiencia.





C.2. Públicos objetivos

**Turismo de
sol**

**Turismo rural /
Ecoturismo /
Turismo slow**

Eventos

**Turismo Deportivo /
Act.física y salud /
Medioambiental**

**Turismo familiar/
grupos de amigos**

**Palacio de Arce y su
entorno**

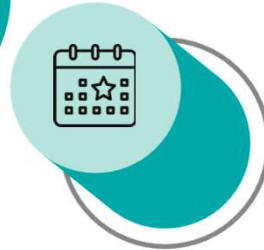
**Turismo patrimonial
Turismo gastronómico**

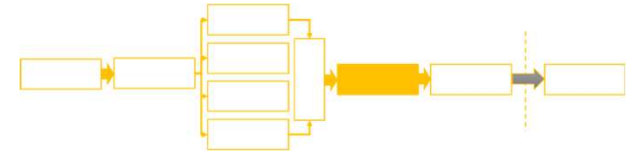
**Visitante local
Visitante C.F.Navarra
Visitante nacional**

**Turismo de
peregrinación**

Grupos escolares

**Grupos organizados
mayores /
Colectivos riesgo exclusión**





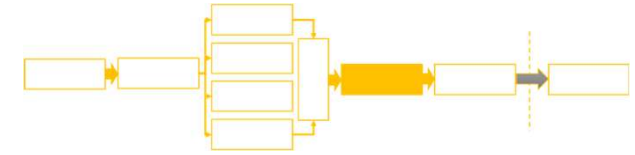
Públicos objetivos en función de su procedencia:

- ❖ **Visitantes locales:** personas procedentes del Valle o con un fuerte sentimiento de pertenencia (vinculación) al mismo por antecedentes familiares. Acuden con asiduidad a realizar rutas y paseos por la zona. Con implicación e interés en el desarrollo del Valle.
- ❖ **Visitantes de la Comunidad Foral:** visitantes foráneos a quienes les gusta descubrir la oferta patrimonial, cultural, natural o gastronómica de Navarra.

Públicos objetivos en función de su edad o su relación:

- ❖ **Público escolar:** organizados por una entidad educativa, realizan sus actividades y visitas con un alto componente instructivo o formativo. La finalidad es adquirir nuevos conocimientos y experiencias a nivel educacional y personal.
- ❖ **Grupos organizados de mayores (senior):** organizados por una entidad o autoorganizados con el fin de disfrutar de nuevas experiencias personales, evitar la soledad no deseada... Las actividades culturales/patrimoniales/deportivas/de salud son una herramienta para pasar un buen día.
- ❖ **Grupos organizados de personas en riesgo de exclusión:** personas y colectivos vulnerables que acuden a las actividades para vivir una experiencia de inclusión plena en un territorio.

Todos estos colectivos suelen realizar sus actividades en días y horas lectivas, favoreciendo la desestacionalización turística.



Públicos objetivos en función de su relación:

- ❖ **Turismo familiar**
- ❖ **Grupos de amigos**

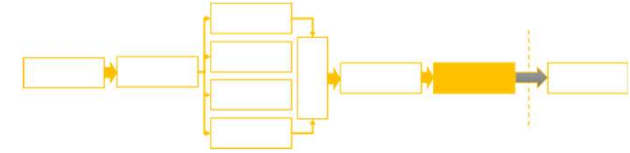
Personas que, a partir de intereses y experiencias similares, quieren realizar actividades que concuerden con su estilo de vida y valores. En base a esta relación emocional y basada en la confianza, es necesario realizar con ellos campañas de comunicación con un enfoque más personal y afectivo. Generalmente realizarán actividades en fines de semana o épocas festivas.

Se deberían ofrecer experiencias teniendo en cuenta los rangos de edad de las personas participantes. No es lo mismo realizar actividades para un grupo de adultos, adultos con menores, jóvenes....

D. PROPUESTA DE VALOR



D.1. RETOS para el Palacio de Arce y su entorno



RETOS:

- **Revitalización del Valle:**
 - Lucha contra la despoblación en el prepirineo de Navarra a través de la explotación de los servicios implementados en el Palacio de Arce y su entorno.
- **Regenerar y poner en valor la vida patrimonial, medioambiental y social de la zona:**
 - Desarrollo de programas y actividades patrimoniales, medioambientales, educativos, deportivos, eventos, exposiciones...
- **Transformación social y local**
- **Promover el desarrollo económico del Valle**
 - Impulso a la realización de eventos y actividades que atraigan a empresas, colectivos y particulares
 - Venta de productos de kmO
 - Impulso económico a través del servicio de hostelería del Palacio
- **Impulsar el desarrollo del Valle de Arce desde una gestión sostenible de los recursos naturales y patrimoniales**
 - Generar una oferta basada en la sostenibilidad y cuidado del territorio
 - Desarrollo de un plan de turismo responsable
 - Impulso de programas de educación medioambiental
 - Integración del entorno natural, medioambiental con el patrimonial a través de programas educativos y de sensibilización
 - Desarrollo de actividades culturales en relación a la oferta patrimonial de la zona: Ermita de Santa María, Calzada Romana...
- **Favorecer el progreso del Valle mediante el desarrollo de una programación multifuncional (espacios/experiencias/eventos/actividades)**
- **Lograr la implicación de los y las vecinas del Valle**

- Realizar una oferta de actividades en el Palacio de Arce que favorezca el desarrollo del Valle, atrayendo a visitantes de la zona, de la Comunidad Foral y de las provincias limítrofes.

En la actualidad la mayoría de público visitante que acude al embalse de cola lo hace en el periodo estival (junio-septiembre) con el fin de realizar actividades recreativas.

- Realizar una **oferta de divulgación** (desarrollo de contenido, relatos, experiencias... que ponga en valor el espacio y conecte el patrimonio –natural y artístico- con las personas visitantes), así como las actividades y acciones que se pueden desarrollar dentro del Palacio.

Los recursos que existen en la zona actualmente son:

Patrimoniales: Calzada romana del Pirineo, Termas romanas de Arce, Iglesia románica de Santa María

Deportivos: Ruta ciclable Eurovelo 3, senderos alrededor del embalse de cola.

Actualmente existe el proyecto Paisajes Sonoros, que pone en valor varios de los recursos de la zona (Calzada Romana del Pirineo, ruta ciclable Eurovelo 3, Senderos...)

- **Propuesta para la activación de la cafetería/restaurante/ tienda**

Existe un espacio destinado a la restauración dentro del Palacio. ¿Cómo se puede integrar este espacio, enriqueciendo la oferta/experiencia del visitante, dentro de un modelo de explotación de la zona?.

- Mejorar/Desarrollar la **experiencia de Cliente/ visitante**

Conseguir un **número relevante de visitantes a lo largo de todo el año**. Y con alta satisfacción de lo vivido en el Valle. Es importante lograr un incremento significativo de visitas al inicio para dar credibilidad al proyecto, sin perder de vista la importancia de descentralizar la oferta.

El reto está en generar una experiencia de cliente, y un modelo de explotación que nos asegure afianzar e incrementar, de forma sostenida, el volumen de visitantes.

▪ **Comunicación**

Diseño de una promoción dirigida a atraer público visitante (segmentación de públicos, marketing, campañas...); comunicando y visibilizando claramente cada acción que se realice en el Palacio y que favorezca la desestacionalización.

Cada contenido debe estar alineado y tener un sentido en función de los diferentes públicos a los que se quiera impactar: Turismo rural, ecoturismo, de descanso y desconexión; Turismo deportivo: cicloturistas, de montaña, de caza; Turismo cultural, patrimonial; Turismo de peregrinación: aquel que se sale del Camino de Santiago francés haciendo la ruta de la calzada romana del pirineo; Público familiar, grupos de amigos; Público escolar con interés en la naturaleza, medioambiente, patrimonio; Turismo local: Personas del Valle, de la zona, de la Comunidad Foral; Turismo organizado para mayores; Turismo MICE: eventos, empresas, entidades locales ...)

▪ **Necesidad de acción por parte de Gobierno de Navarra por actuar en una zona rural despoblada.**

Cada acción que se realice, además de responder con calidad a las inquietudes y objetivos del proyecto, debe de tener un impacto positivo (y esperado) en el territorio: en los agentes políticos y sociales del Valle, en el comercio, en los servicios...

Existe una expectativa muy alta de lo que pueda hacer Gobierno de Navarra en el Valle de Arce. Se deben tener en cuenta estas circunstancias para que cada acción sea clara, tenga la aprobación de la Mesa del Valle y se comunique adecuadamente a la población local que se ha involucrado en el proyecto.

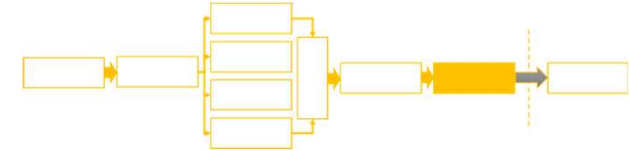
Conexiones/Red: Poner en valor el entorno natural y el patrimonio pensando en global, y no de forma individualizada. Necesidad de crear conexiones con otros elementos o recursos similares tanto en el territorio como en otras comunidades.

▪ **Trabajar con dato como condición necesaria y de valor para el proyecto.**

Integrar la gestión del dato en el modelo de explotación espacio ayudará a comprender mejor el proyecto, el valor que aporta, al público que lo visita, lo que busca, opina... Esto será fundamental para adecuar y mejorar permanentemente los contenidos de la oferta, guiar las acciones de promoción, comunicar con intención, construir vínculos significativos...



D.2. Propuesta potencial ideal para el Palacio de Arce y su entorno



- *Fomentar el crecimiento económico y el desarrollo de un territorio (en este caso, Valle de Arce):*
- *Promoción del emprendimiento y los pequeños negocios*
- *Empoderamiento de los grupos menos favorecidos (mujeres y jóvenes)*

- *Promover la producción, uso y venta de productos locales*
- *Propuesta de agroturismo como valor a la experiencia turística*



- *Promover una oferta de actividades de desarrollo de la actividad física aprovechando los recursos naturales y deportivos presentes en el entorno (ruta de senderos, eruovelo3, paseos saludables entre los diferentes pueblos, ruta de la calzada romana...)*

- *Desarrollo de programas formativos /experiencias formativas de ámbito medioambiental y patrimonial para diferentes públicos*



- *Impulsar la contratación en los puestos de trabajo del género femenino*



- *Uso eficiente de los recursos hídricos del embalse.*
- *Empleo de agua ultrafiltrada en hostelería*



- *Promoción de empleo a personas jóvenes y a mujeres.*
- *Promoción de profesionales del Valle en la contratación de los servicios*



- *Empleo de política de control y eficiencia energética en el Palacio*



- *Rehabilitación y restauración del Palacio realizada con elementos sostenibles y del Valle*



- *Turismo como elemento de desarrollo rural*

- *Desarrollo de elementos con visión de accesibilidad universal*
- *Promoción y regeneración de áreas en decadencia*
- *Preservación del patrimonio cultural y natural*



- *Adopción de prácticas de consumo y producción sostenibles*
- *Uso eficiente de los recursos naturales*
- *Reducción de la generación de residuos (y desperdicio alimentario).*



- *Reducción de consumo de energía y uso de fuentes renovables*

- *Conservación y preservación de los ecosistemas existentes en el embalse de cola*



- *Conservación y preservación de la biodiversidad natural del entorno (bosque, flora, fauna) y reducción de residuos*

- *Fomento entre las personas visitantes de actitudes de tolerancia, entendimiento multicultural, interconfesional, intergeneracional...*
- *Fomento de actitudes cívicas (normas en la cartelería)*



- *Refuerzo e impulso de asociaciones e iniciativas público-privadas*
- *Involucrar a múltiples agentes interesados en el proyecto para lograr el desarrollo esperado*

Servicios soporte / auxiliares:

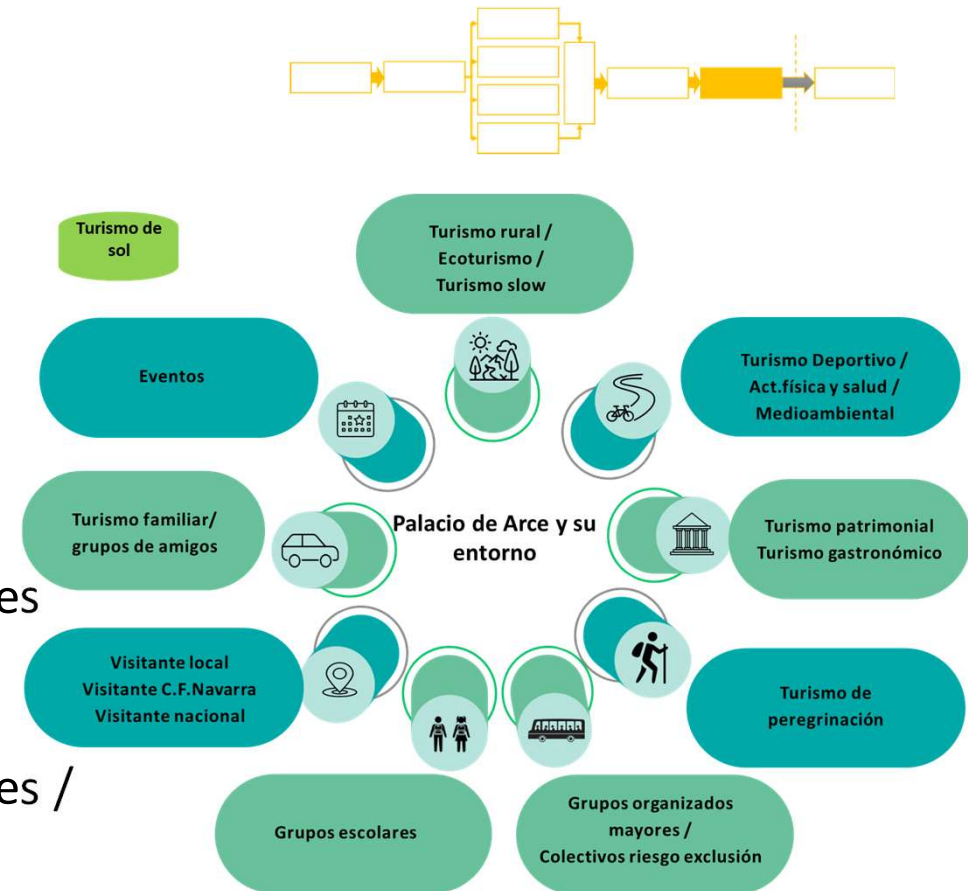
- Control de accesos en el Palacio
- Vigilancia / Información en zonas de baño
- Limpieza
- Mantenimiento

Servicios especializados (de valor):

- Atención e información a las personas visitantes
- Programación de actividades culturales y de patrimonio
- Programación de actividades medioambientales / deportivas / actividad física
- Gestión de eventos
- Promoción, comunicación y difusión / Marketing

Servicios complementarios:

- Hostelería / Restauración / Tienda

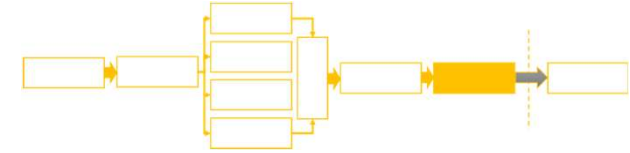


A decorative graphic on the left side of the slide, consisting of several thick, orange, parallel lines that intersect to form a series of nested, elongated diamond or chevron shapes, pointing towards the right.

2.6. Nuevo contenido
/ Oferta dirigida a los
públicos objetivos

Servicios soporte / auxiliares:

- Control de accesos en el Palacio
- Vigilancia de playas
- Limpieza
- Mantenimiento



Servicios especializados (de valor):

- Atención e información a las personas visitantes
- Programación de actividades culturales y de patrimonio
- Programación de actividades medioambientales / deportivas / actividad física



- Gestión de eventos
- Promoción, comunicación y difusión / Marketing

- **Todas las actividades deberán adaptarse según los públicos a los que se dirijan.*

Servicios complementarios:

- Hostelería / Restauración / Tienda

SERVICIOS SOPORTE / AUXILIARES:

Control de accesos en el Palacio:

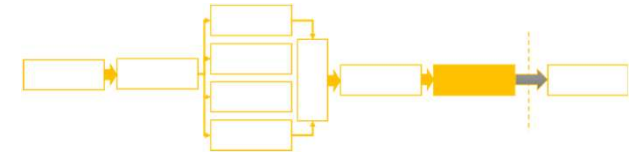
Funciones y tareas del puesto:

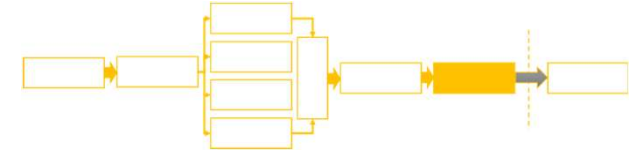
- De manera general, atención personal a las personas usuarias del Palacio y demás visitas según los procedimientos establecidos.
- Atención al público a actividades y eventos desarrollados en el Palacio.
- Encendido y apagado de los equipos de los espacios expositivos y de las salas del Palacio.
- En actividades y eventos: resolver los problemas que puedan surgir.
- Realización de las encuestas periódicas y demás estudios y trabajos con las personas visitantes con el fin de recabar dato que permita adecuar el servicio a las inquietudes y expectativas.
- Tareas de registro de los datos en soportes predeterminados para su tratamiento.
- Atención del servicio de guardarropía (en caso de que sea necesario)
- Otras funciones inherentes al puesto a desarrollar.

Limpieza:

Funciones y tareas del puesto:

- Limpieza de superficies: Limpiar y desinfectar pisos, paredes, ventanas y otras superficies para mantener la higiene y la estética del edificio.
- Mantenimiento de áreas exteriores: Cuidar la limpieza de los alrededores del palacio (jardines, patio y entradas) asegurando que estén limpios y bien presentados.
- Cuidado de elementos arquitectónicos: Limpiar y preservar elementos decorativos y arquitectónicos utilizando técnicas adecuadas para no dañarlos.
- Gestión de residuos: Recoger y clasificar la basura, asegurando su correcta disposición y reciclaje.
- Limpieza de mobiliario para garantizar su buen estado.
- Reabastecimiento de suministros, asegurando que los aseos y áreas comunes estén provistos de productos de limpieza y artículos de higiene.
- Cumplimiento de normativas: Seguir las normativas de seguridad y salud en el trabajo, así como las directrices específicas para la limpieza de edificios históricos.
- Reportar cualquier daño o deterioro en las instalaciones o elementos del edificio para su pronta reparación.
- Colaboración en la preparación y limpieza de espacios para eventos especiales, asegurando que todo esté en orden antes y después de la actividad.





Vigilancia / Información en zonas de baño:

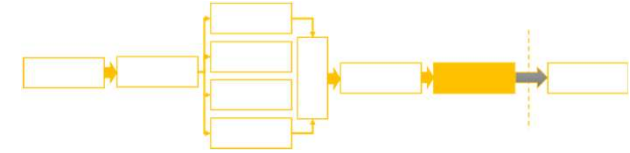
Funciones y tareas del puesto:

- De manera general, atención personal a las personas visitantes que acuden a la zona de baño de Nagore.
- Prevención: Informar y educar a los bañistas sobre las normas de seguridad y los riesgos del entorno acuático.
- Vigilancia: Supervisar constantemente el área de baño para detectar situaciones de riesgo o emergencias.
- Control de acceso: Asegurarse de que solo las personas autorizadas accedan a áreas peligrosas o restringidas.
- Documentación: Registrar incidentes, rescates y cualquier actividad relevante para mejorar la seguridad y la respuesta ante emergencias.

Mantenimiento:

Funciones y tareas del puesto:

- Tareas de mantenimiento preventivo:
 - Revisión de elementos estructurales y fachadas
 - Mantenimiento de ventanas y puertas
 - Revisión de los sistemas eléctricos
 - Mantenimiento de los sistemas de climatización
- Tareas de mantenimiento preventivo:
 - Sustitución de elementos fungibles estropeados (lámparas)
 - Reemplazo de elementos dañados
 - Mantenimiento del área exterior que rodea el Palacio (patio)
 - Reparación de filtraciones
 - Control de plagas
- Registro y control del mantenimiento: registro detallado de todas las intervenciones realizadas, documentando incidencias y reparaciones
- Contratación de especialistas
- Cumplimiento de la normativa de conservación de patrimonio



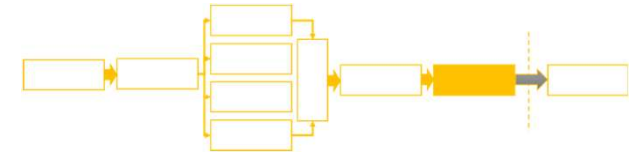
SERVICIOS ESPECIALIZADOS (DE VALOR):

Atención e información a las personas visitantes:

Funciones y tareas del puesto:

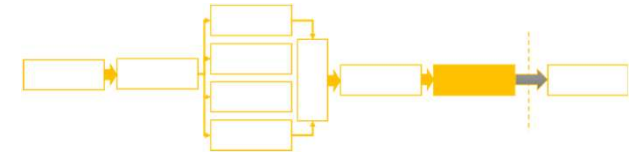
- Encendido y apagado de los equipos de los espacios expositivos y de los equipos informáticos de la Casa del Ermitaño
- Recepción cordial y profesional a todas las personas visitantes
- Atención telefónica / email / personal a las personas visitantes / interesadas.
- Orientación e información a las personas visitantes sobre el Palacio de Arce y su entorno, sobre las actividades programadas y sobre puntos turísticos y de interés del Valle de Arce.
- Mantenimiento actualizado de la información: reposición de folletos y demás material de carácter divulgativo en los mostradores y espacios destinados para ello.
- Realización de las encuestas periódicas y demás estudios y trabajos con las personas visitantes con el fin de recabar dato que permita adecuar el servicio a las inquietudes y expectativas.
- Tareas de registro de los datos en soportes predeterminados para su tratamiento.
- **Información y venta de entradas / parking y cobro de su precio, con entrega diaria de la recaudación, control de arqueo.**
- Reserva de plazas, para actividades/eventos programados.
- Resolución de consultas, atención de quejas y sugerencias y registro de las mismas con el fin de mejorar la experiencia de las personas visitantes.
- Promoción de las normas de conducta: recordar a las personas visitantes la normativa conductual en el Palacio y en el embalse de Cola.
- Otras funciones inherentes al puesto a desarrollar.

Programación de actividades culturales y patrimoniales:



Funciones y tareas del puesto:

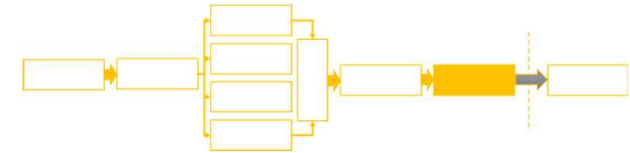
- Investigación y Desarrollo de Contenidos: Investigar sobre la cultura y patrimonio local identificando los temas relevantes. Colaboración con expertos en cultura, historia y arte para desarrollar programas educativos.
- Planificación de Actividades: Diseño del calendario de actividades culturales y patrimoniales. Definir el formato y la logística de cada una (talleres, exposiciones, charlas, etc.). Establecer objetivos claros para cada actividad.
- Diseño de Material Didáctico: Creación y adaptación de materiales educativos que sean atractivos y accesibles.
- Coordinación y Colaboración: Trabajar en colaboración con instituciones culturales, escuelas, ONGs y comunidades locales. Coordinación con artistas, ponentes y facilitadores para asegurar la calidad de la programación.
- Gestión de Recursos: Elaborar presupuestos para las actividades programadas. Gestionar recursos materiales y humanos necesarios para la ejecución de las actividades.
- Ejecución: Asegurar que todas las actividades se desarrollen según lo planeado.
- Evaluación y Retorno: Recoger y analizar las evaluaciones de las personas participantes y colaboradores. Evaluar el impacto de las actividades realizadas. Realizar informes cuantitativos y cualitativos sobre la programación.
- Fomento de la Participación: Promover la participación activa de la comunidad local en las actividades culturales. Fomentar el voluntariado y la colaboración de grupos locales/comunitarios.
- Preservación del Patrimonio: Desarrollar actividades/programas que promuevan la conservación del patrimonio cultural local. Contacto y colaboración con organismos de conservación y protección del patrimonio de Gobierno de Navarra.
- Organizar talleres y cursos de formación en temas culturales y patrimoniales locales.
- Redes de Colaboración: Establecer y mantener relaciones con otras organizaciones culturales/patrimoniales a nivel local, nacional e internacional. Participar en redes y foros que promuevan el intercambio cultural.



Programación de actividades medioambientales / deportivas / actividad física:

Funciones y tareas del puesto:

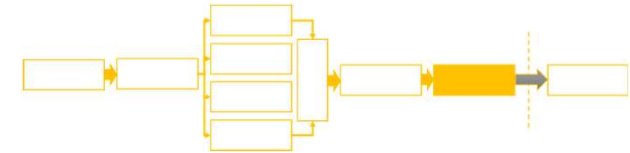
- Planificación de Actividades: Diseñar un programa de actividades medioambientales adaptadas a las necesidades y características de los públicos objetivos.
- Diseño de Material Didáctico: Creación y adaptación de materiales educativos que sean atractivos y accesibles.
- Fomentar el aprendizaje sobre el medio ambiente a través de la planificación y ejecución de talleres, visitas y actividades de carácter lúdico.
- Investigar sobre temas medioambientales relevantes y tendencias para crear contenido atractivo.
- Establecer alianzas con escuelas, ONGs, y otras organizaciones medioambientales para coordinar actividades y asegurar la participación.
- Gestión de Recursos: Elaborar presupuestos para las actividades programadas. Gestionar recursos materiales y humanos necesarios para la ejecución de las actividades.
- Ejecución: Asegurar que todas las actividades se desarrollen según lo planeado.
- Evaluación y Retorno: Recoger y analizar las evaluaciones de las personas participantes y colaboradores. Evaluar el impacto de las actividades realizadas. Realizar informes cuantitativos y cualitativos sobre la programación.
- Sensibilización y Concienciación: desarrollar actividades que fomenten la sensibilización sobre la importancia del medio ambiente y la sostenibilidad, dirigidas a los grupos objetivos.
- Fomento de la Participación: Promover la participación activa de la comunidad local en las actividades medioambientales, fomentando el voluntariado y la colaboración de grupos locales/comunitarios.
- Redes de Colaboración: Establecer y mantener relaciones con otras organizaciones medioambientales a nivel local, nacional e internacional. Participar en redes y foros.



Gestión de eventos:

Funciones y tareas del puesto:

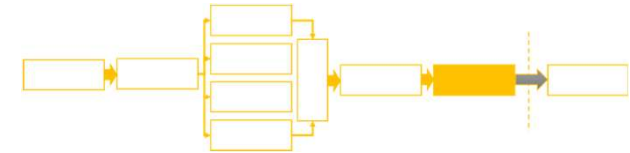
- Planificación de Actividades: Diseñar un programa de eventos locales que sirvan para el desarrollo del territorio (día del Valle, Día de la naturaleza....). Diseño de un paquete de eventos (relacionados con efemérides, programación cultural/patrimonial/medioambiental/deportiva...para remitir a entidades/colectivos/empresas con el fin de promocionar el Palacio y atraer públicos objetivos a la zona en temporada media y/o baja.
- Gestión de Recursos: Elaborar presupuesto para cada evento en función de las necesidades. Gestionar recursos materiales, humanos y logísticos necesarios para su ejecución.
- Ejecución: Asegurar que todos los eventos se desarrollen según lo planeado.
- Evaluación y Retorno: Recoger y analizar las evaluaciones de las entidades participantes y colaboradores. Evaluar el impacto de los eventos realizadas. Realizar informes cuantitativos y cualitativos sobre la programación de eventos.
- Sensibilización y Concienciación: desarrollar eventos que fomenten el desarrollo del territorio y sean respetuosos con él.
- Fomento de la Participación: Promover la participación activa de la comunidad local en los eventos, realizando una programación conjunta y ayudando en el desarrollo de aquellos eventos que quieran realizar.
- Gestión del programa informático para una buena gestión de los eventos programados.
- Asegurarse de que se cumplan todas las normativas y permisos necesarios para la realización del eventos.
- Innovación y Creatividad: Proponer ideas innovadoras para mejorar la experiencia en eventos. Mantenerse al tanto de las tendencias del sector y nuevas tecnologías aplicables a la gestión de eventos.



Comunicación y marketing:

Funciones y tareas del puesto:

- Estrategia y Planificación: Definición de objetivos claros y medibles. Investigación de mercado, analizando los públicos objetivos a los que vamos a dirigir cada actuación (segmentación) y desarrollando una estrategia comunicativa para cada uno de ellos.
- Creación de Contenidos: Elaboración de textos (notas de prensa, publicaciones en redes sociales, y contenido para el sitio web) y vídeos promocionales con diseño gráfico atractivo.
- Implementación de Campañas para RRSS, de email marketing, medios de comunicación...
- Monitoreo y Evaluación: Análisis y evaluación de la efectividad de las campañas a través de métricas y KPIs. Recopilación de feedback de asistentes/participantes/visitantes y otros stakeholders para mejorar futuras campañas. Elaboración de informes de resultados.
- Colaboración con los responsables de programación de cada área y con el personal de atención e información para asegurar la coherencia de la comunicación.
- Generación de ideas creativas: Proponer nuevas formas de promocionar eventos y captar la atención del público.
- Mantenerse al tanto de las novedades en marketing y comunicación para implementar estrategias innovadoras que posibiliten el acercamiento de nuevos públicos objetivos al Palacio de Arce y al Valle.



Coordinación del servicio:

Funciones y tareas del puesto:

- Persona de referencia en el Servicio.
- Supervisión del correcto funcionamiento operativo del servicio (normativa, personal, programación, orden e imagen del servicio...)
- Interlocución entre la empresa y el equipo de las cuestiones relativas al ámbito administrativo laboral: elaboración y gestión de calendarios del equipo, resolución de contingencias de personal, atención cuestiones laborales (dudas en nóminas, horarios, permisos...), gestión de bolsa de trabajo de sustituciones y de prácticas...
- Supervisión del seguimiento horario del personal del servicio.
- Comunicación directa y asertiva con el equipo de trabajo. Traslado de instrucciones al personal del equipo de trabajo
- Presencia y /o disponibilidad para atender al equipo de trabajo durante y en el momento que sea necesario para el correcto funcionamiento del programa y/o servicio. Flexibilidad laboral.
- Atención de incidencias fuera de los horarios de trabajo del personal (accidentes, averías, enfermedad...) que pongan en riesgo la normal apertura del servicio.
- Realización del plan de acogida a las nuevas incorporaciones al equipo.
- Seguridad y salud: Gestión y control de EPIS. Gestión de los reconocimientos médicos del equipo
- Formación: Elaboración y supervisión del plan de formación anual para el Servicio. Estudio, revisión, localización y distribución de materiales de interés que ayuden en la formación, aumento del conocimiento y herramientas de apoyo para las profesionales.
- Control del cumplimiento de la protección de datos en el servicio.
- Controlar y supervisar el funcionamiento las herramientas y programas informáticos previstos para el servicio.
- Elaboración de las memorias e informes del servicio.
- Seguimiento, supervisión y control de gasto del servicio.

Cuando observamos la oferta y las mejores prácticas en espacios similares, podemos diferenciar entre dos tipologías o ámbitos de servicios:

- Servicios básicos, soporte, auxiliares.
- Servicios especialistas. Divulgación. Conexión Patrimonio / entorno natural
- Modelo 360°. (en el centro la persona. Experiencia del visitante)

Divulgación. Conexión Patrimonio / entorno natural & Visitante

El **Valor patrimonial**, histórico, cultural y natural es un valor fundamental que buscan las personas que quieren vivir una experiencia completa en la planificación de su actividad.

La inmensa mayoría de los espacios culturales/patrimoniales/naturalísticos ofrecen **visitas guiadas** a sus visitantes. Estas visitas guiadas se ofrecen y viven de forma diferente en cada espacio. Habitualmente, son personas expertas (profesionales del sector) quienes dirigen la visita, contratados por la institución que los regenta (privada o pública); también hay presencia de empresas privadas que hacen visitas ad hoc, o incluso personas de la zona (locales) con gran voluntad de que se conozca su territorio y patrimonio y que se han autoformado.

Esto hace que los formatos y la calidad de la experiencia varíe en cada espacio.

Algunos espacios ofrecen servicio de **audioguía para actividades o recorridos puntuales (en exposiciones, senderos, caminos, rutas, a través de códigos QR)**.

Estas complementan el servicio de divulgación para el público que desea conocer el espacio/lugar por libre.

Al respecto de las visitas guiadas, cuando una persona escoge esta opción lo hace motivada, fundamentalmente por:

- Obtienen un mayor conocimiento del lugar cuando optan por un servicio con guía.
- No tienen que preocuparse por nada que no sea atender durante el recorrido a las indicaciones.
- La concentración en el lugar es mayor.
- Muestran más insatisfacción cuando no están claros los horarios de visitas guiadas en la web, o no se pueden dejar reservadas las mismas antes de acudir.

Análisis de oferta y mejores prácticas en espacios similares

La **búsqueda de información**, por parte del visitante, es un momento clave a la hora conocer, decidir y preparar una posible visita.

A este respecto resulta fundamental el desarrollo de páginas web, redes sociales, canales de comunicación con el fin de:

- La percepción de calidad que ofrecen páginas profesionales y con diseño actual.
- Importancia de ofrecer la información de forma clara y accesible, al menos la dirigida a la preparación de la visita.
- La calidez y cercanía que ofrecen las que están habitadas por una comunidad.
- Conectar y promocionar los distintos elementos (información general, propuestas de visitas sobre espacios patrimoniales, naturales, rutas deportivas..., gastronomía, alojamiento....)

Otro elemento promocional con resultado es **conectarse a una red de recursos existente, y de interés para el gran público**.

El medio natural se ha convertido en un elemento de valor indiscutible. Las personas cada vez damos más importancia a la posibilidad de estar conectadas con la naturaleza en nuestras escapadas y viajes. Por eso las ofertas de los recursos turísticos se adaptan, o reinventan, para permitir vivir y disfrutar la naturaleza, de forma combinada con el ámbito patrimonial.

- Necesidad de facilitar información y enlaces de senderos señalizados, rutas de bicicleta, moto... y ofrecer una descripción del entorno natural en la web.
- El ámbito natural se puede tratar como un elemento diferencial en la decisión de una parte cada vez más importante de su público objetivo, han comenzado a diseñar actividades y experiencias poniendo en el centro este planteamiento. Algunos Ejemplos:
 - Observación de estrellas, huerta orgánica, avistamiento de aves...
 - Eurovelo 3
 - Senderos alrededor del Embalse de cola

En una misma lógica, siguiendo las tendencias de los/as visitantes en la actualidad, que quieren vivir experiencias lo más auténticas y vinculadas al lugar posibles, **los recursos del territorio** se convierten en una posibilidad de diseñar **experiencias combinadas** que enriquezcan su oferta y atraigan a un mayor público. Algunos Ejemplos:

- Experiencia patrimonial (visita al Palacio, la iglesia, las termas romanas) y naturalística y paseo por (el sendero del embalse).
- Ruta en bici + visita XXX
- Visita patrimonial + cata
- Visita naturalística + comida temática producto local...

Programación de **eventos culturales con carácter puntual**, exposiciones temporales, obras de teatro, conciertos, visitas teatralizadas, actividades familiares... Estás, cuando son de calidad, suelen tener gran aceptación, ayudan a atraer a nuevos públicos, y “contar” el monumento desde otras perspectivas. Son un recurso para que personas que habitan en la comarca, o comunidad autónoma, puedan disfrutar de la oferta del lugar de manera recurrente

Modelo 360° basado en la experiencia de las personas visitantes

En la mayor parte de los espacios turísticos se plantean incorporar a su proyecto un conjunto de servicios que complementen el journey map que puede realizar una persona cuando acude a visitarlos: combinación de acciones culturales, naturalísticas, deportivas, de actividad física, gastronómica... Esto da como resultado, según la opción de cada lugar, a diferentes modelos de acogida y atención al visitante. Con el objetivo de:

- Ofrecer una experiencia más completa
- Atraer al público
- “Retener” a los y las visitantes ocasionales en la zona por más tiempo.

El **servicio de información turística** de la zona conecta a el espacio con los demás recursos de la comarca, creando una red de prescriptores entre ellos.

El **bar/cafetería**, junto a la tienda, complementa una estructura básica del modelo de atención al visitante. Con una inversión moderada, se puede ofrecer alargar la estancia del visitante con un recurso que cubre una necesidad recurrente de quien está viajando (dónde comer o tomar algo). No es un reclamo en sí mismo, pero completa el servicio y suma al modelo.

Otro de los recursos que genera un interés entre las personas visitantes es la existencia de una **tienda donde comprar producto local**. El interés por la gastronomía local, km0 y de calidad se ha extendido de manera exponencial en los últimos años como garantía de calidad.

En la práctica es un elemento sencillo de incorporar y relativamente fácil de gestionar; pues incluso en los proyectos más sencillos, la misma persona que atiende el horario de apertura al público (y que atiende el bar/restaurante) puede encargarse de la venta de elementos a la entrada o salida de los grupos. Las tiendas, además de proporcionar ingresos propios al proyecto, facilitan la conexión con el territorio y otros monasterios; al poder vender productos suyos.

Poniendo el Foco en el Palacio de Arce y su entorno... ¿Qué buenas prácticas merecería la pena tener en cuenta a la hora de reflexionar y decidir el posicionamiento?

Valor patrimonial / natural Referente en su tipología y comunidad autónoma	Sigue siendo uno de los elementos más valorados del público objetivo. En este sentido, el espacio cuenta con dos elementos claves: el Palacio histórico y la Casa del ermitaño, ambas rehabilitadas y adaptadas a las expectativas de Gobierno de Navarra y de las personas del Valle. Además, en el entorno se encuentran la Iglesia románica de Santa María, las Termas, la calzada romana como elementos destacables del patrimonio y un entorno naturalístico y medioambiental excepcional para realizar prácticas deportivas. El reto está en comunicar, dinamizar y conectar con los públicos objetivos para conseguir que acudan y disfruten de una experiencia significativa.
Experiencia de conexión entre Patrimonio y visitante.	La experiencia cultural como elemento diferenciador de la propuesta (Gancho). El formato de Visita Guiada sigue teniendo gran aceptación entre el público (escolar, senior, familias...), y es recomendable ofrecerlo de forma revisada y enriquecida. Sin embargo; con el objetivo de atraer a un público creciente de forma sostenida, puede ser de interés para el nuevo posicionamiento ofrecer una experiencia diferencial, explorando formas de conexión con el entorno natural.
Puesta en Valor del entorno natural (incluyendo senderos, observación de estrellas y/o aves, rutas de bici, moto...)	Por sus características, el Palacio de Are cuenta con un entorno natural; que, al integrarlo dentro de la propuesta, permitiría diseñar y ofrecer actividades y recursos turísticos en tendencia al alza. Algunos ejemplos; combinando la visita turística con actividades medioambientales: Turismo de naturaleza (cicloturismo, ornitología, piragüismo*, Senderismo, observación de estrellas...) Slow travel * (<i>Rutas de Bicicleta, moto...</i>) Experiencias ambientales/ agroturismo
Red de recursos de territorio conectados dentro de una misma propuesta	Además de conectar la oferta con el patrimonio cultural y natural de su entorno podrían surgir iniciativas, pequeñas empresas, artesanos... cuya labor, de forma combinada, puede enriquecer la oferta del espacio. Por otro lado; a la hora de conectarse en Red con otros recursos: - En el entorno: Propuesta conjunta con las iniciativas que se generen a partir de la puesta en marcha de la propuesta de valor para el Palacio. - Red, entendida como marca-itinerario, con monumentos relacionados



Plan de promoción

Plan de promoción y difusión del servicio

Vivimos en entornos comunicativos complejos y diversificados: llegar al público y convencerle de las diferentes ofertas es más complicado que hace unos años.

La oferta amplísima y en constante evolución y la omnicanalidad provoca que los públicos sean cada vez más exigentes, más versátiles y más difíciles de fidelizar.

Además, la diversificación de canales exige buscar estrategias de comunicación que abarquen todos los medios posibles al alcance del servicio para darle visibilidad.

En este contexto, es necesario diseñar una estrategia de comunicación muy clara y acotada: definir muy bien los objetivos y los públicos, entender cómo llegar ellos y poner en marcha acciones de comunicación concretas y dirigidas para conseguir acercarlos al Palacio de Arce, sus actividades y su entorno.

Proponemos que exista una persona encargada de implementar este plan, del que se requerirá autorización para llevar a cabo cualquier iniciativa. Asimismo, contará con el apoyo del personal del servicio para la elaboración de contenidos y ejecución de campañas de difusión.

Diagnóstico y situación actual: En estos momentos no existe ningún medio digital ni analógico. Se deberían crear una página web y RRSS con el fin de comenzar un proceso de visibilidad del Palacio y de las actividades que allí se desarrollen.

A partir de ellos, será necesario establecer KPI's en relación a los comportamientos de las personas usuarias, las interacciones (métricas de engagement), métricas de usabilidad del sitio, métricas SEO...



Plan de promoción y difusión del servicio

TIPOLOGÍA	MEDIOS DE INFORMACIÓN/ INTERACCIÓN
Público escolar	-Página web -Medios tradicionales (Comunicación directa con los departamentos de los colegios). -Emailing -Foros educativos
Grupos organizados mayores o personas en riesgo de exclusión social	-Página web -Canales de comunicación de la Asociación -RR.SS. con perfil especializado -Motores de búsqueda -Medios tradicionales
Turismo familiar / amigos	-Página Web -RR.SS. con perfil especializado -Motores de búsqueda -Emailing especializado (por intereses) -Foros especializados -Documentación física en Alojamientos rurales -Estrategia de marketing con influencers, bloggers...
Turismo cultural/patrimonial	
Turismo deportivo	
Turismo gastronómico	
Turismo medioambiental	
Ecoturismo	
Turismo de peregrinación	
Eventos	

