

DIAGNÓSTICO Y LÍNEAS DE ACCIÓN DE GESTIÓN SOSTENIBLE EN MATERIA DE TURISMO DE

HIRIBERRI/VILLANUEVA DE AEZKOA



Ayuntamiento de
Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
ko Udala

Octubre 2021



Gobierno de Navarra
Nafarroako Gobernua

Esta actuación ha recibido una subvención del Gobierno de Navarra en virtud de la convocatoria de subvenciones para la realización de diagnósticos, planes y análisis empresariales en materia de comercio y turismo de 2021



Documento preparado para su impresión a doble cara.

ÍNDICE

0. SÍNTESIS DE LECTURA FÁCIL	4
1. INTRODUCCIÓN Y COHERENCIA CON LA POLÍTICA TURÍSTICA DE NAVARRA	6
2. LA OFERTA DE RECURSOS TURÍSTICOS DE HIRIBERRI/ VILLANUEVA DE AEZKOA	12
3. LA DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE HIRIBERRI/ VILLANUEVA DE AEZKOA. PERFIL DEL VISITANTE.	13
4. MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA DEL CENTRO DE SERVICIOS DE HIRIBERRI/VILLANUEVA DE AEZKOA	43
5. ESTUDIO DE VIABILIDAD	65
6. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO	73
ANEXO (PÁGINAS SIGUIENTES)	77

0. SÍNTESIS DE LECTURA FÁCIL

Hiriberri/Villanueva de Aezkoa constituye un **micro-destino turístico incipiente**, encuadrado en el **Valle de Aezkoa** y en el Pirineo navarro. En el marco de la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos, se englobaría en un destino turístico rural, sub-categorías **espacio natural / territorio rural con una identidad turística**, junto con el resto del Pirineo.

Se trata de una localidad **poco masificada y conocida**, muy **centrada en el sector primario y con deseos de diversificarse hacia el terciario** y crear empleo turístico. Es uno de los municipios de Navarra que **sufre la lacra de la despoblación**. Cuenta con una buena **renta de situación**, junto a emplazamientos y localidades de elevado atractivo a escala regional, masificados de forma puntual.

El **eje central de la apuesta turística** lo constituye una **intervención de carácter inversor** de tipo keynesiano, constituida por un **centro de servicios turísticos** (bar-cafetería, alojamientos, espacio de encuentro...) **promovido por el sector público local** (Ayuntamiento) con apoyo del Gobierno regional. A la par, se realiza una **inversión en conocimiento que promueva el emprendimiento** y que permita la generación de una empresa local que gestione esta infraestructura. Es una apuesta clara por **fijar población en la localidad a través de la inversión pública en un negocio turístico sostenible**.

Como **destino**, Hiriberri/Villanueva de Aezkoa pretende con este proyecto:

- Dinamizar la oferta turística a escala local vinculada al territorio y basada en el patrimonio natural y cultural, prestando atención a su fragilidad;
- Crear equipamientos de uso turístico;
- Crear productos turísticos vinculados al medio rural y a los servicios ecosistémicos;
- Potenciar y formar al sector empresarial;
- Elevar la calidad de los productos y destinos rurales;
- Generar equipos profesionales de gestores locales para consolidar el funcionamiento del destino.

Se ha realizado un **perfil de visitante** para conocer la estructura de la demanda. Los datos obtenidos muestran una elevada satisfacción del visitante en su visita, por parte de un público mayoritariamente nacional, de edad madura-joven y alojado en establecimientos rurales. El gasto medio turístico se sitúa en los 62,90 € por persona y día, similar al de otros micro-destinos navarros; teniendo en cuenta el elevado número de excursionistas, el gasto medio por visitante es del orden de los 42,5 €. La notoriedad de la localidad en la Red es reducida y está subsumida en otras localidades y, sobre todo, en la Selva de Irati. La satisfacción de la visita al Valle es extraordinariamente positiva.

Se ha diseñado un **modelo de gestión del centro** de servicios que persigue los siguientes **objetivos**:

- Tener un carácter sostenible: ambiental (no masificado, eficiente), social (respetuoso con el legado y la idiosincrasia aezkoana) y económico (que cree empleo y fije población, genere sinergias con otros sectores económicos y sea autosuficiente);

- Servir como elemento de descongestión de otros atractivos turísticos del valle;
- Poder ser integrado con el resto de los recursos turísticos del Pirineo navarro en general y del Valle de Aezkoa en particular.

Se analizan, entre otros asuntos, las fases de implantación del modelo, el catálogo de servicios y sus precios, los periodos de funcionamiento, las necesidades de personal, la demanda, las estructuras de costes e ingresos, las inversiones necesarias, los sistemas de gestión, etc. La opción recomendada, en línea con los objetivos tanto del destino como del centro, es de tipo indirecto, a través de un contrato de concesión de servicios.

En lo que se refiere a la **viabilidad del centro de servicios**, el modelo plantea un escenario base de ingresos y gastos. Los supuestos utilizados son restrictivos, con tarifas y afluencias en el tramo medio – bajo de servicios similares en otras localidades turísticas de Navarra. La cifra de negocio se sitúa en el entorno de los 100.000 €, con un volumen similar de gastos. La previsión de creación de empleo es de 2,25 empleos en jornada anual. El impacto económico del proyecto se calcula en 465.968 € anuales. El modelo se somete a test de estrés para ver cómo se comporta ante escenarios de menor y mayor demanda. El plan de viabilidad estudia, en fin, proyecciones de las cuentas de pérdidas y ganancias a 5 años, bajo distintos escenarios de crecimiento / decrecimiento de costes e ingresos; y las necesidades de financiación y flujos de caja mensuales.

Por último, **se evalúa el atractivo y la potencialidad turística de la localidad**, conforme al modelo diseñado por la Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno de Navarra.

1. INTRODUCCIÓN Y COHERENCIA CON LA POLÍTICA TURÍSTICA DE NAVARRA

El presente trabajo se realiza por **encargo del Ayuntamiento de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa**. Cuenta con el **apoyo de la Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo** del Gobierno de Navarra, a través de la convocatoria de subvenciones para la realización de diagnósticos, planes y análisis empresariales en materia de comercio y turismo de 2021 (Resolución 45E/2021, de 15 de mayo, de la Directora General de Turismo, Comercio y Consumo).

El documento tiene 4 **partes principales**:

- Perfil del visitante (análisis de la demanda de servicios turísticos);
- Modelo de gestión;
- Estudio de viabilidad;
- Evaluación del atractivo y potencialidad turística;

Hiriberri/Villanueva de Aezkoa es uno de los nueve municipios del Valle de Aezkoa, el de menor peso del sector turístico de los tres valles propiamente pirenaicos de Navarra (Aezkoa, Salazar y Roncal) pese a contar con recursos turísticos de interés. La localidad está situada a 55 km al norte de Pamplona-Iruña. Tiene una población de 100 habitantes. Pertenece a la **Unidad de Gestión de Espacio Turístico (UGET) del Pirineo navarro**.

Hiriberri/Villanueva constituye un **micro-destino incipiente**, encuadrado en el Valle de Aezkoa y en el Pirineo navarro. Se trata de una localidad poco masificada y conocida, muy centrada en el sector primario y con deseos de diversificarse hacia el terciario y crear empleo. Es uno de los municipios de Navarra que sufre la lacra de la despoblación. En el marco de la **Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos**, se englobaría, junto con el resto del Pirineo, en un destino turístico rural, sub-categorías **espacio natural / territorio rural con una identidad turística**.

El **Ayuntamiento de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa**, ante la alarmante evolución de la demografía de la población, **desea potenciar el sector turístico como actividad económica que ayude a fijar población y generar rentas**, planteándose los siguientes **objetivos específicos**:

- Dinamizar la oferta turística a escala local vinculada al territorio y basada en el patrimonio natural y cultural, prestando atención a su fragilidad;
- Crear equipamientos de uso turístico que conecten municipios y contribuyan a la generación de sinergias en el territorio;
- Crear productos turísticos vinculados al medio rural y a los servicios ecosistémicos de los espacios protegidos (turismo cultural, ecoturismo, turismo activo,);
- Potenciar y formar al sector empresarial para elevar la rentabilidad de los productos turísticos creados;

- Elevar la calidad de los productos y destinos rurales, con formación y herramientas específicas para la acogida de diferentes segmentos de la demanda turística;
- Generar equipos profesionales de gestores locales para consolidar el funcionamiento de los destinos rurales.

El **eje central de la apuesta turística** lo constituye una intervención de tipo keynesiano, constituida por un **centro de servicios** (bar-cafetería, alojamientos, espacio de encuentro...), **promovido por el sector público local** (Ayuntamiento) con apoyo del Gobierno regional. A la par, se propone una **inversión en conocimiento que promueva el emprendimiento** y que permita la generación de una empresa local que gestione esta infraestructura. Es una apuesta clara por **fixar población** en la localidad a través de la inversión pública en un negocio sostenible. Se trata de un **proyecto, muy ambicioso para su tamaño, de creación de un hito (centro) turístico público que fomente esta actividad económica en la localidad** a través de la oferta conjunta y centralizada de diversos servicios turísticos. Se desarrollará en un edificio de titularidad municipal en estado de semirruina; en estos momentos.

El proyecto, fue presentado a la convocatoria de “Subvenciones a Entidades Locales inscritas en el ámbito territorial del Pirineo para inversiones en proyectos de Desarrollo Territorial Sostenible durante los años 2021, 2022 y 2023” de la Dirección General de Proyectos Estratégicos del Gobierno de Navarra. Le ha sido concedida una ayuda de 457.791,68 euros sobre un total de 653.988 € euros de inversión, sin incluir el equipamiento (RESOLUCIÓN 28E/2021, de 16 de julio, del Director General de Proyectos Estratégicos).

Ha sido presentado, así mismo, en la convocatoria para la Identificación de Proyectos susceptibles de inclusión en el PSTD (Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos 2021) y será incluido en el **Plan de Sostenibilidad Turística del Destino “Pirineos”**, en elaboración en estos momentos.

Incluye **dos elementos principales**:

- Una inversión en patrimonio público que genera empleo y diversifica la estructura económica local; es una **inversión en activos físicos** (formación bruta de capital fijo, en jerga económica);
- Una inversión en conocimiento, a través de acciones de sensibilización y formación para fomentar la aparición de personas emprendedoras locales que gestionen esa inversión; una **inversión en personas**.

Una vez en marcha, **el centro agrupará en un mismo espacio una serie de servicios como son**:

- Bar / cafetería;
- Alojamiento, en forma de albergue de segunda categoría y de apartamento turístico;
- Espacio de exposiciones / zona cultural, de realización de talleres para personas mayores y de encuentro tanto intergeneracional como entre población local y visitante;
- Centro de actividades para dar a conocer el patrimonio local y el del valle, así como posible espacio de venta de producto local.

El planteamiento incluye algunos **elementos que consideramos novedosos**:

- Un enfoque y un *mix* de servicios (cartera) dirigido a tres grupos: población visitante, personas emprendedoras y población local;
- Una puesta en marcha a través de una inversión pública en un entorno de falta de inversión privada y una promoción sensibilizadora y formativa sobre el emprendimiento, que va más allá de ello al ofertar un negocio viable del que vivir.
- Una restauración del patrimonio municipal con:
 - Criterios de transición ecológica: empleo de biomasa, diseño y materiales sostenibles, por ejemplo;
 - Perspectiva de género: consideración en las fases de diseño (proyecto), [licitación](#) (con una elevada ponderación de los criterios de carácter social entre los de valoración: igualdad entre hombres y mujeres -10 puntos-, empleo de personas vulnerables -5 puntos- y ambientales -5 puntos-, un cien por cien superiores a los que establece la [ley foral 2/2018](#), de 13 de abril, de contratos públicos) y explotación (gestión del equipamiento);
 - Inclusión universal.
- La puesta a disposición de las futuras personas gestoras de un modelo de gestión, un plan de viabilidad, un análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda (perfil del visitante) y una formación que minimizan la incertidumbre de cualquier negocio nuevo.

El papel del Ayuntamiento es crear las condiciones para que un grupo de personas emprenda y genere puestos de trabajo y servicios hoy inexistentes. No se erige como entidad empresarial sino como facilitadora, a través de la formación bruta de capital fijo, de un negocio que la iniciativa privada, a la vista del volumen de inversión y de la cartera de servicios, difícilmente acometería.

Los principales resultados esperados son:

- 6-10 personas con inquietudes empresariales formadas;
- 2-3 puestos de trabajo estables creados;
- Incremento de 10 puntos porcentuales el peso del sector servicios en la estructura económica local;
- Incremento del 100% de las plazas de alojamiento y de la oferta de restauración;
- 41 personas de la localidad mayores de 64 años con nuevos espacios de servicios para mayores; entre 100 y 250 personas con acceso a un nuevo espacio de cultura y ocio;
- Unas 1.900 pernoctaciones adicionales;
- 100% del patrimonio público rehabilitado y en uso.

El proyecto se alinea con la estrategia incluida en el [Plan Estratégico de Turismo de Navarra 2018-2025](#) (PETN) y se basa en los principios de los [Objetivos de Desarrollo Sostenible](#), buscando promover la innovación, la calidad y la sostenibilidad.

En lo que se refiere al **PETN**, los **retos** a los que hace frente son:

- **Optimizar las potencialidades turísticas del capital territorial de Navarra**

Los comportamientos de mayor interés son aquellos con tendencia al crecimiento y, aquellos cuyas motivaciones centrales están ligadas a las expectativas de experiencia, a las vivencias ligadas a la cultura local y a su particular forma de entender la relación con el territorio y su manejo tradicional y que al mismo tiempo manifiesten una mayor propensión al gasto turístico en este tipo de viajes experienciales.

- **Vincular las líneas de productos de Navarra a rasgos y atributos diferenciales y vinculados a la experiencia**

Hay que optimizar las oportunidades turísticas del capital territorial navarro, para lo cual la experiencia turística debe basarse en la vivencia del territorio (naturaleza, cultura y paisaje), y eso solo puede hacerse si hay personas que le aportan ese valor

- **Incorporar al turismo elementos de innovación territorial y social, además de la tecnológica, de producto o de gestión que permitan mejorar la posición competitiva del sector.**

La innovación territorial y social pasa por priorizar las acciones generadoras de empleo, ayudar a la fijación de población en las zonas rurales e impulsar las actividades que refuerzan la identidad territorial, contribuyendo con ello a facilitar la vida en los territorios

Hiriberri/Villanueva de Aezkoa tiene recursos turísticos, pero muestra una de las carencias que se recoge en el PETN: *Hay una cierta debilidad en la transformación de los recursos turísticos desde su condición de capital natural, cultural o paisajístico a producto turístico, es decir, que puedan ser aprehendidos por el visitante y que generen valor económico.*

Los **segmentos en los que encaja el desarrollo turístico** de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa son:

- Segmento básico
 - Rural-naturaleza
- Segmento específico
 - Senderismo-ciclo-turístico

Dicho alineamiento con los objetivos generales y específicos del PETN y con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**, se recogen en los siguientes cuadros:

ALINEAMIENTO DEL PROYECTO CON LOS OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE NAVARRA 2018-2025	
Objetivo general del PETN	Objetivo específico del PETN
A. Consolidar la posición de Navarra en los mercados de proximidad.	A.3. Promover la acción conjunta con las comunidades vecinas: Iparralde, Euskadi, Aragón y La Rioja.
B. Posicionar a Navarra en el mercado turístico europeo para captar flujos de demanda desestacionalizada con un elevado gasto medio diario en destino	B.1. Fomentar el desarrollo basado en la diferencia a partir del reforzamiento de la identidad del espacio turístico basada en el patrimonio natural, cultural y paisajístico
C. Centrar la competitividad turística en la diferenciación de segmentos y productos, en el marco del destino Navarra-Pamplona, y apoyados en elementos del patrimonio territorial (natural y cultural), y en las personas, en un contexto de alta exigencia en sostenibilidad.	C.1. Apoyo a los segmentos específicos que refuercen la identidad y reduzcan la estacionalidad
	C.2. Desarrollar los potenciales de satisfacción del visitante ligados a la sociabilidad de Navarra, organizando espacios de acogida en zonas frecuentadas y eventos en territorios.
	C.3. Impulsar una cultura innovadora en productos y procesos en un entorno de integración ambiental
	C.4. Implantar sistemas de gestión del conocimiento adaptados a la nueva política
D. Impulsar la cooperación entre empresarios y con las entidades turísticas de manera que se potencie la eficacia de la acción conjunta y la adaptación de las estructuras productivas	D.4. Propiciar una mayor extensión de la estabilidad y calidad en el empleo
E. Mejorar la articulación territorial de la gestión del espacio turístico impulsando la cooperación entre entidades territoriales y mejorando coordinación interadministrativa	E.1. Actualización y adaptación de los espacios turísticos a las exigencias actuales en materia de calidad
	E.2. Incorporación de criterios generales de accesibilidad para personas con necesidades especiales

ALINEAMIENTO DEL PROYECTO CON LOS <u>OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE</u>		
ODS	META	ACCIÓN /SUB-ACCIÓN DEL PROYECTO
	4.4. Aumentar el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento	A través de plan de formación ad-hoc
	5.5. Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública	Potenciando el papel de las mujeres en la gestión de los recursos turísticos públicos
	6.6. Proteger y restablecer los ecosistemas relacionados con el agua, incluidos los bosques, las montañas, los humedales, los ríos, los acuíferos y los lagos	Mediante la concienciación y sensibilización de las personas visitantes
	7.2. Aumentar la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas	Utilizando fuentes de energía renovables en los recursos turísticos públicos
	8.3. Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas	Aportando oportunidades de negocio
	8.9. Elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales	Convirtiendo el turismo sostenible en la seña de identidad de la localidad
	9.1 Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano	A través de un modelo de gestión y un plan de viabilidad de factura profesional, participado por las autoridades y la población.
	11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo	Poniendo en valor los recursos culturales y ambientales de Hiriberri / Villanueva de Aezkoa
	11.a Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo nacional y regional	Favoreciendo el trasvase de rentas desde las zonas urbanas a través de la actividad turística
	12.2 Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales	Colaborando con las autoridades regionales en la protección y gestión sostenibles de los recursos locales
	12.7 Promover prácticas de adquisición pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales	Introduciendo estas medidas en la gestión
	12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales	Mediante un sistema de objetivos e indicadores y un plan de promoción de productos locales
	13.1 Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países	Utilizando la información turística como palanca de llamada a la acción
	15.4 Velar por la conservación de los ecosistemas montañosos, incluida su diversidad biológica, a fin de mejorar su capacidad de proporcionar beneficios esenciales para el desarrollo sostenible	Aportando información a las personas visitantes sobre los servicios ecosistémicos

2. LA OFERTA DE RECURSOS TURÍSTICOS DE HIRIBERRI/VILLANUEVA DE AEZKOA

Según la página web oficial de [Turismo de Navarra](#), “se trata de una de las mejores muestras de pueblo tradicional aezkoano con calles empedradas, y portadas con el escudo del valle. Conserva las viviendas más vetustas de Aezkoa, fechadas en el siglo XVI; destaca la casa Arrese, que con sus espectaculares arquerías resulta la más monumental”. Pasa por ser el pueblo más antiguo del Valle.

Hiriberri/Villanueva de Aezkoa **destaca** asimismo **por contar con 4 de los 15 hórreos del Valle** (hay 21 en Navarra), declarados todos ellos **Bienes de Interés Cultural**. Son Jauki, Portal, Elizondo y Reka, todos ellos de propiedad particular. Hay asimismo otros Bienes de Interés Cultural como los escudos (9) que presiden muchas de las casas, un dolmen y un menhir.

En su término, en la ladera norte del monte Petxuberro, se encuentra la [Reserva Natural de Tristuibarte](#) (RN-8), un espacio incluido totalmente en la Zona de Especial Conservación [Sistema fluvial de los ríos Irati, Urrobi y Erro](#) y cuyo valor principal es ser un robledal de *Quercus humilis*.

En Pettiriberro hay una mesa panorámica. Cuenta con **tres casas rurales y un restaurante**.

Hiriberri/Villanueva de Aezkoa ha sido uno de los 5 pueblos de Navarra que presentaron candidatura a [Capital de Turismo Rural](#), lo que da una primera idea de su interés como destino.

Uno de los atractivos es la situación de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa como final y principio de etapa **del Sendero de Gran Recorrido 11 (GR 11)**, denominada Senda Pirenaica o Travesía Pirenaica. Se trata de una ruta que cruza en unos 800 kilómetros todo el Pirineo, desde el mar Cantábrico (Cabo de Higuer) al mar Mediterráneo (Cabo de Creus). Tiene 46 etapas.

En Navarra, la GR 11 entra por Bera y sale por Isaba. Son 6 etapas, de entre 5 y 8 horas a pie. La etapa 5 discurre entre Auritz/Burguete e Hiriberri/Villanueva de Aezkoa. La etapa 6 sale de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa y termina en Ochagavía.

Otro atractivo próximo, aunque algo a desmano del casco urbano, es la [Selva de Irati](#). Este espacio, a caballo entre España y Francia, es uno de los principales atractivos turísticos y naturales de la Comunidad foral. En Navarra tiene dos entradas principales, una en Arrazola (Orbaizeta, Aezkoa) y otra en Casas de Irati (Ochagavía, Salazar). Este espacio tiene **problemas puntuales de masificación**, produciéndose todos los años colapsos que obligan a cerrar los accesos y desviar cientos de vehículos hacia otras zonas. Así, en la entrada por Orbaizeta en días señalados de Semana Santa y otoño, se contabilizan hasta [600 vehículos](#) (unas 1.800 personas) en las mismas franjas horarias. Ello ha motivado la adopción de un [protocolo](#) entre las Juntas de los Valles de Aezkoa y Salazar, en colaboración con el Gobierno de Navarra (Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo, Oficina de Turismo de Ochagavía y Policía Foral) aplicado, por ejemplo, en octubre de 2020, en Semana Santa de 2021 o el [10 octubre de 2021](#).

3. LA DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE HIRIBERRI/VILLANUEVA DE AEZKOA. PERFIL DEL VISITANTE.

3.1. ALGUNOS DATOS INDIRECTOS SOBRE LA DEMANDA

Contamos con una **visión parcial de la demanda**, sin datos sobre el número de visitantes a Hiriberri/Villanueva de Aezkoa.

De los informes anuales del Servicio de Guarderío Turístico de Irati (Arrazola) de la Junta General del Valle de Aezkoa, extraemos:

SELVA DE IRATI. ENTRADA POR AEZKOA									
	Vehículos					Personas			
	2020	2019	2018	2017		2020	2019	2018	2017
Semana Santa	-	717	694	1062		-	2106	2063	3187
Puente 1 Mayo	-	396	390	307		-	1101	1075	1042
Puente 15 Mayo	-	-	87	150		-	-	227	414
Fines semana Junio	88	501	378	477		361	1364	1026	1321
Julio	2.471	1.957	2.034	2.189		6.605	5.105	5.811	6.151
Agosto	4.068	4.283	4.190	4.071		10.986	12.500	12.429	12.356
Septiembre	1.627	1.683	1.801	1.606		3.819	4.033	4.637	4.102
Octubre	1.823	2.642	2.701	2.622		4.205	6.930	7.115	6.957
Noviembre	495	859	1.620	1.158		1.005	2.337	4.678	3.077
Puente Foral	28	507	641	**		61	1.441	1.835	-
TOTALES	10.600	13.545	14.536	13.642		27.042	36.917	40.896	38.607

Salvo el primer año de la pandemia (2020), la **demanda registrada controlada se sitúa en el entorno de las 40.000 personas por temporada** (entendida como aquella que cuenta con guarderío de la Junta del Valle). La **demand real se sitúa en los 60.000 – 70.000** (a fecha de redactar este documento no se dispone de las cifras de 2021).

Tenemos datos también de las **atenciones prestadas en la Oficina de Información y Turismo temporal de Arie: 1.650 – 1.950, por temporada**. A destacar que la mayor parte de las atenciones son de personas que necesitan de servicios de nuestro proyecto: las procedencias principales son C. Valenciana (20-22%), Madrid (17-19%), Cataluña (14-16%), Navarra (12-14%), C.A.P.V. (10-15%), Aragón (8-9%) y Castilla y León (4-6%).

Como ya se ha expuesto, Hiriberri/Villanueva de Aezkoa es final y principio de etapa del **Sendero de Gran Recorrido 11 (GR 11)**. En un estudio de 2017 del Comité de Senderos de la Federación Navarra de Deportes de Montaña y Escalada, en colaboración con una casa rural de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa, se cifra el cómputo global de senderistas alojados que han sido contabilizados en Hiriberri entre el 1 de marzo y el 30 de noviembre de 2017 en 1.171 senderistas. Un 61% eran nacionales y un 39% extranjeros. No obstante, un 42,5% practica la acampada libre, por lo que **el tránsito real en Hiriberri/Villanueva de Aezkoa se situaría en unas 2.037 personas / año**. Se estima en unos 9.500 las personas que recorrieron alguna de las 8 etapas del tramo navarro.

3.2. PERFIL DEL VISITANTE

Con el fin de conocer de forma más exacta la demanda turística en Hiriberri/Villanueva de Aezkoa y en el valle de Aezkoa en conjunto, se ha llevado a cabo un estudio sobre el turismo actual existente y el análisis del perfil del visitante que acude a esta zona.

El **objetivo principal** ha sido reunir información real que ayude a los gestores, tanto de la localidad de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa como del Valle de Aezkoa, en la toma de decisiones relativas a la **gestión turística de la zona**.

Los objetivos específicos han sido los siguientes:

- **Estudiar las características del visitante actual** en Hiriberri/Villanueva de Aezkoa y en el Valle de Aezkoa: gasto turístico y perfil.
- Analizar las **características de las visitas actuales** a esta zona: qué se visita, la duración, satisfacción, etc.
- Identificar los **valores positivos y negativos** de la zona, por medio de las valoraciones de los visitantes.
- Estimar el **gasto turístico**, sus características y su impacto tanto en la zona como a nivel autonómico.
- Estudiar **la notoriedad y la presencia en internet**, comunidades viajeras y redes sociales de los recursos turísticos.

El perfil del visitante se ha realizado siguiendo las indicaciones del **Servicio de Planificación e Innovación Turística del Gobierno de Navarra**. Así, y dado que sólo existen 3 casas rurales y un restaurante en la localidad, la encuestación se ha realizado, además de en Hiriberri/Villanueva de Aezkoa (establecimientos turísticos), en Oficina de Turismo de Aribe y en el punto de información de Arrazola en la entrada a la Selva de Irati.

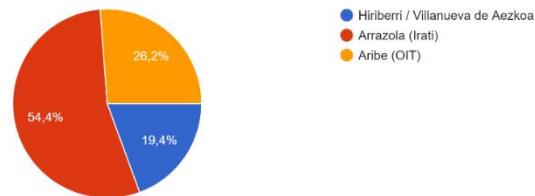
ANÁLISIS DEL TURISTA ACTUAL

Para llevar a cabo el análisis, se desarrolló un **cuestionario/encuesta, de 20 preguntas de extensión**, con el fin de obtener los datos necesarios para alcanzar los objetivos anteriormente mencionados. La encuesta/cuestionario se realizó en formato **Google forms** y es una adaptación a nuestro caso de la propuesta por el Servicio de Planificación e Innovación Turística (Anexo I).

El trabajo de campo in situ ha sido llevado a cabo por las personas responsables de los alojamientos turísticos de la localidad, la persona empleada en la Oficina de Turismo de Aribe y por técnicos de Kaizen.

En total, 103 personas han sido encuestadas, distribuyéndose de la forma siguiente: Hiriberri/Villanueva de Aezkoa (19,4%), Oficina de Información Turística de Aríbe (26,2%) y aparcamiento de acceso a Selva de Irati sito en Arrazola (54,4%).

1. Lugar de realización
103 respuestas

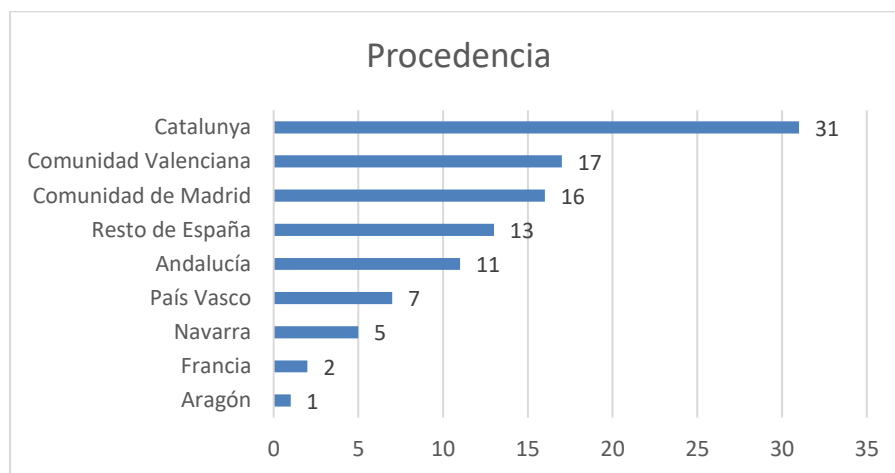


Las encuestas se han realizado en los meses de agosto, septiembre y octubre de 2021, los de mayor afluencia de visitantes en la zona.

La mezcla de puntos de encuestación aporta cierto sesgo en la información motivado en especial por las encuestas a personas alojadas: se han obtenido más datos de turista que de excursionistas.

Procedencia de los visitantes

El visitante del Valle de Aezkoa es, mayoritariamente, **nacional**. Los datos de procedencia de visitantes nacionales, por provincias, reflejan también el alto grado de notoriedad del recurso.



Las comunidades autónomas con mayor representación de visitantes han sido **Cataluña** (un 30 % de los visitantes encuestados), **Comunidad Valenciana** (16,5 %), **Comunidad de Madrid** (15,5 %).

Durante el período de realización de encuestas, las visitas de residentes en Navarra han supuesto un 4,8 %. Cifra similar a la de los turistas llegados desde País Vasco (6,8 %).

Edad

Rango edad	Frecuencia
> 66 años	7
18 - 25 años	4
26 - 35 años	23
36 - 45 años	34
46 - 55 años	22
56 - 65 años	13

- De entre los encuestados, un 33% correspondía a la franja de 36 a 45 años.
- También están muy bien representadas, con aproximadamente el 22%, las franjas de edad de 26 a 35 años y de 46 a 55 años.

Tipo de grupo

Nº pax/ grupo	Frecuencia	%
1	2	1,9%
2	53	51,5%
3	17	16,5%
4	14	13,6%
5	7	6,8%
6	6	5,8%
7	3	2,9%
8	1	1,0%

- La visita en pareja es la más frecuente: 51,5%.
- Para el total de encuestados, la media es de 3,05 personas por grupo.

Frecuencia de la visita

Nº de visitas	Frecuencia	%
1ª vez	75	72,8%
2ª vez	19	18,4%
3ª o más veces	9	8,7%

- En el 72,8% de los casos, es la primera vez que visitan el Valle de Aezkoa, y sus recursos turísticos.
- El resto de encuestados ya habían visitado la zona, al menos una vez. Se trata de un porcentaje importante, y da cuenta del valor de la zona como recurso turístico.

Noches de pernocta en Navarra

Nº noches de pernocta en Navarra	Frecuencia	%
1	13	12,6%
2	14	13,6%
3	21	20,4%
4	16	15,5%
5	9	8,7%
6	17	16,5%
7 o más	13	12,6%

- La estancia media de las personas encuestadas es de 4,03 noches.
- La estancia más frecuente es la de 3 noches (20,4%), seguida de la de 6 noches (16,5%) y la de 4 noches (15,5%).
- Cabe destacar la elevada frecuencia de estancias de 1 noche (12,6 %), debida a turistas itinerantes, principalmente en furgonetas camper o autocaravanas

Localidad de pernoctación

Localidad	Frecuencia
Hiriberri / Villanueva de Aezkoa	28
Pamplona / Iruña	13
Ochagavía	11
Espinal	10
Orbaizeta	10
Itinerante (Camper)	6
Garaioa	5
Aribe	3
Akerreta	2
Garralda	2
Abaurrea alta	1
Biscarret / Gerendiain	1
Burguete	1
España Salazar	1
Etxalar	1
Ezcaroz	1
Galdeano	1
Isaba	1
Jaurrieta	1
Oroz betelu	1
Villanueva de Arce	1
Zaragüeta	1
Zubietä	1

Localización alojamiento	Frecuencia
Vale de Aezkoa	50
Pamplona y cuenca	15
Valle Salazar	13
Valle Erro - Burguete	12
Valle de Arce	3
Baztan - Malerreka	2
Tierra Estella	1
Valle Roncal	1
Sin definir (Itinerante - Camper)	6

- El 27,2% de los encuestados están alojados en Hiriberri/Villanueva de Aezkoa.
- Si atendemos a la localización del alojamiento en base a zonas y/o comarcas, podemos observar que el Valle de Aezkoa sigue siendo el lugar predominante entre los visitantes, con un 48,5%.
- Un 12,6% se encuentran alojados en Pamplona. El 87% restante se trata de viajeros de turismo rural,

Tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento	Frecuencia	%
Casa rural	39	37,9%
Hotel / Hostal / Pensión	21	20,4%
Autocaravana o furgoneta (no en camping)	17	16,5%
Camping	15	14,6%
Apartamento Rural	7	6,8%
Vivienda familiar	2	1,9%
Iglús maderä	1	1,0%
Vivienda habitual	1	1,0%

El 37,9% de los turistas se alojan en casas rurales, seguidos de un 20,4% que se alojan en establecimientos hoteleros, y de un 16,5% que pernoctan en autocaravana o en furgoneta (no en camping).

Recursos turísticos visitados en la zona

Recurso turístico visitado	Frecuencia	%
Selva de Irati	99	96,1%
Fábrica de Armas de Orbaizeta	65	63,1%
Ochagavía	46	44,7%
Hiriberri/Villanueva de Aezkoa	36	35,0%
Megalitos de Azpegi	29	28,2%
Cueva de Arpea	28	27,2%
Roncesvalles	16	15,5%
Torre de Urkulu	11	10,7%
GR-11	8	7,8%
Itoiz - Embalse de Nagore	8	7,8%
Camino de Santiago	4	3,9%
Valle de Salazar	4	3,9%
Garaioa / Garayoa	3	2,9%
Mirador de Zamariain	3	2,9%
Valle de Roncal	3	2,9%
Burguete	2	1,9%
Casas d Irati	2	1,9%
San Juan de Pie de Port	2	1,9%
Ezcaroz	1	1,0%
Hórreos	1	1,0%
Museo de Estelas	1	1,0%
Muskilda	1	1,0%
Cascada del Cubo	1	1,0%
Orbaizeta	1	1,0%
Belagua	1	1,0%
Pueblos del Valle	1	1,0%

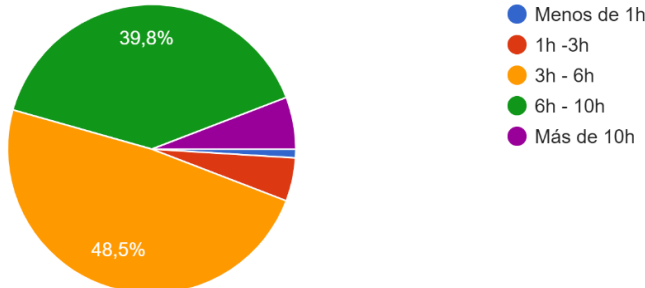
- La Selva de Irati es el recurso turístico más importante del Valle. Un 96% de los encuestados afirma que lo ha visitado durante su estancia en la zona.
- Otros recursos con gran notoriedad para los visitantes encuestados son la Fábrica de Armas de Orbaizeta (63,1%), Ochagavía (44,7%) e Hiriberri/Villanueva de Aezkoa, visitada por un 35% de los turistas encuestados.
- Los Megalitos de Azpegi y la Cueva de Arpea son otros recursos turísticos del valle bastante visitados.
- El resto de los recursos tienen un grado de visita más residual.

Cómo ha conocido la zona

¿Cómo ha conocido la zona?	Frecuencia	%
Recomendación de amigos y/o familiares	61	59,2%
Ya lo conocía	28	27,2%
Web Oficial Turismo Gob. Navarra	21	20,4%
Web Turismo de la zona	20	19,4%
Blog viajes	12	11,7%
Oficina turismo	5	4,9%
Redes sociales	5	4,9%
Alojamiento	4	3,9%
Televisión	4	3,9%
Folletos	3	2,9%
Pasaba por aquí	1	1,0%
Guía Alpina	1	1,0%
"VisitNavarra"	1	1,0%
Visita a lugar cercano	1	1,0%

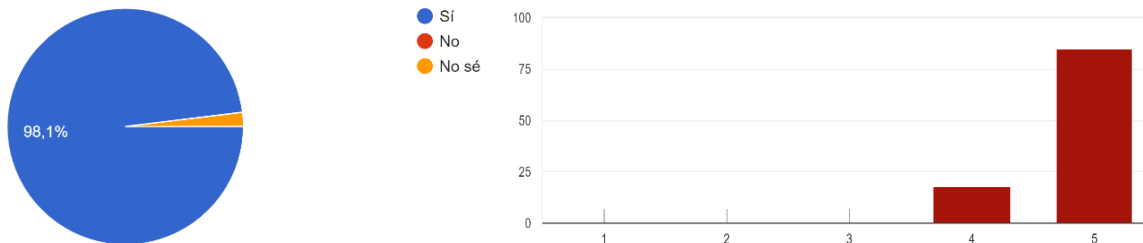
La gran mayoría de visitantes se han enterado de la existencia de la zona por medio de la recomendación de amigos y/o familiares (59,2%)

Duración de la visita



- El 48,5% de los visitantes dedica, en el día de la encuesta, entre 3 y 6 horas para visitar la zona.
- La otra duración que destaca es la de entre 6 y 10 horas, con un 39,8%, es decir, que emplean todo el día en visitar la zona.

Satisfacción



La satisfacción de los visitantes es casi general. De los turistas encuestados, un 98% asegura que recomendaría la visita a otras personas, y un 82,5% valora la visita a la zona con 5/5.

Lo que más le ha gustado

Podemos destacar que **la mayoría de los visitantes remarcen la naturaleza, el paisaje, las vistas y la tranquilidad** como una de las cosas que más les gusta de su visita a la zona. A su vez, y en relación con lo comentado, la gente valora muy positivamente la Selva de Irati.

Lo que menos le ha gustado

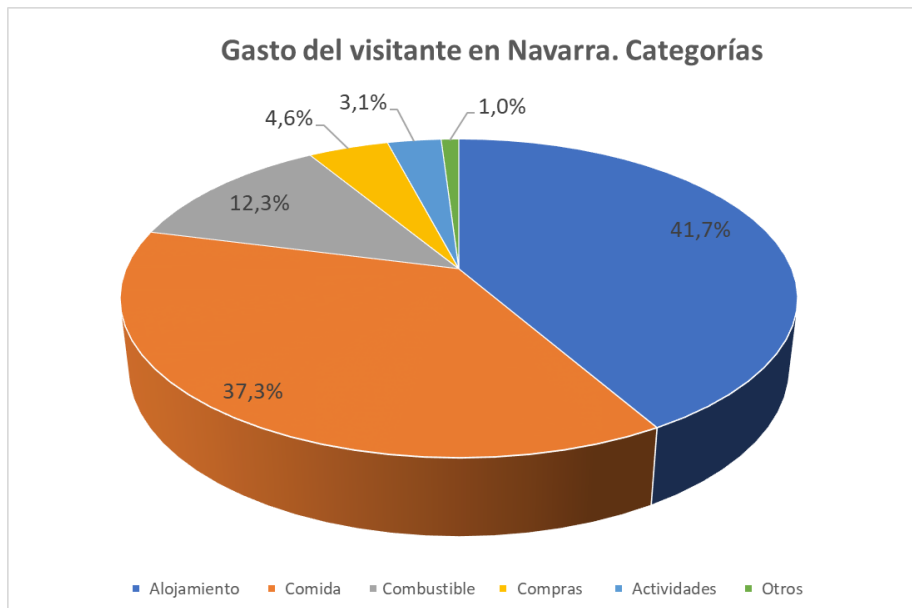
Entre las opiniones de los encuestados al respecto de **aspectos con posibilidad de mejora**, cabe destacar que la mayoría de gente ha respondido **“nada”**, concordando con los resultados obtenidos en las preguntas de valoración.

Si nos atenemos a aquellas opiniones que valoran algún aspecto negativo de su visita a la zona, la más numerosa hace referencia a la baja oferta hostelera, y a que algunos de los establecimientos están cerrados entre semana.

Gasto turístico general

Los visitantes encuestados afirman que el gasto total durante su estancia en Navarra es de 83.990€. El **gasto medio de los turistas encuestados**, que pernoctan en Navarra y visitan el Valle de Aezkoa, es de **66,18 €, por persona y día**.

En la distribución de este gasto, en base a distintas categorías, el alojamiento y las comidas suponen cerca del 80% del gasto total. El **alojamiento** acapara el **41,7% del gasto** y las **comidas el 37,5%**. Menor proporción abarca los repostajes de combustible efectuados en Navarra (12,3%), compras de productos (4,6%), realización de diferentes actividades (3,1%) y otros gastos (1%).



Cabe destacar que el gasto de los turistas varía en función del tipo de alojamiento, siendo aquellos que pernoctan en establecimientos hoteleros (hotel, pensión u hostel) los que mayor gasto medio diario efectúan, y los que pernoctan en autocaravanas y furgonetas *camperizadas* los que menor.

Gasto en el valle

Del total del gasto realizado en Navarra, las personas encuestadas afirman que 48.917€ corresponden a gastos efectuados en el valle. Es decir, **un 58,24% del gasto total es efectuado por lo visitantes en el Valle de Aezkoa.**

Otro dato importante a tener en cuenta es el análisis de los gastos llevados a cabo por aquellos que pernoctan en el valle. De entre los visitantes encuestados, 50 han pernoctado en el Valle, contabilizando un total de 195 personas como integrantes de los distintos grupos. El análisis de los datos recogidos nos muestra que estos visitantes realizan un gasto medio de 62,90€ por persona y día.

A su vez, se trata de un dato importante debido a que el 87,81% del gasto total llevado a cabo por estos turistas se efectúa en el Valle de Aezkoa, con una destacada repercusión económica en la zona.

Comparativa e impacto económico

Disponemos de algunos datos de gasto turístico procedentes de estudios diversos de cuantificación del mismo: Navarra, temporada alta 2019 (Meridiano Zero, 2019); cascada de Xorroxin (Meridiano Zero, 2017), Amaiur/Maya de Baztan (Meridiano Zero, 2020), Baquedano (Meridiano Zero, 2017), Camino de Santiago (Mesa del Camino, 2019).

El siguiente cuadro resume los resultados:

GASTO MEDIO DIARIO POR PERSONA			
Amaiur		Baquedano	
Excursionista	Turista	Excursionista	Turista
36,50%	63,50%	42,60%	57,40%
32,40 €	52,79 €	18,89 €	62,38 €
Xorroxin		Camino de Santiago	
Excursionista	Turista	A pie	En bicicleta
23%	77%	1,8%	98,2%
16,21 €	68,03 €	35,74 €	54,97 €
Navarra			
Excursionista	Turista		
26,20%	73,80%		
35,13 €	76,66 €		

Las cifras obtenidas por Kaizen en el presente estudio son coherentes con los estudios anteriores:

Aezkoa		
	Excursionista	Turista
	60%	40%
	28,83 €	62,90 €
64.520	1.115.921,91 €	1.623.323,20 €
gasto medio	42,46 €	
gasto agregado	2.739.245,11 €	

3.3. ANÁLISIS DE LA NOTORIEDAD DE HIRIBERRI/VILLANUEVA DE AEZKOA Y DEL VALLE DE AEZKOA Y PRESENCIA EN INTERNET, COMUNIDADES VIAJERAS Y REDES SOCIALES

En este apartado se recogen y analizan las diversas informaciones, valoraciones y opiniones vertidas por los usuarios en internet, comunidades viajeras y redes sociales. En la actualidad, es imprescindible valorar el papel de distintas webs, comunidades y aplicaciones en el sector turístico, ya que influyen de manera directa en la generación de una marca de empresa o de un destino turístico. El principal factor a tener en cuenta es que, en la mayoría de los casos, son los propios usuarios (visitantes, turistas, excursionistas...) los que crean la mayor parte de los contenidos. Existen diversos estudios en los que se ha corroborado que las experiencias previas de otros viajeros generan expectativas respecto a la calidad del recurso.

Para llevar a cabo el análisis se ha hecho uso de varias herramientas y aplicaciones web: buscador Google, Google Trends, TripAdvisor, Minube, Facebook, Twitter e Instagram.

- **Google:** Es el metabuscador más utilizado en todo el mundo. Ofrece información y herramientas de investigación. A través de esta herramienta se ha analizado:
 - el número de resultados en la búsqueda de un determinado término (resultados generales, noticias y vídeos);
 - los enlaces de la primera página de resultados: juegan un papel decisivo en el usuario ya que la gran mayoría se guía por estos.
 - las búsquedas relacionadas: corresponden con las búsquedas más frecuentes de quienes buscan el término analizado.
- **Google Trends:** herramienta de Google que muestra la popularidad de un término de búsqueda en un período de tiempo determinado. Los parámetros se muestran en una escala de 0 a 100, donde 100 representa el punto más alto en número de búsquedas realizadas.
- **Comunidades viajeras:** sitios webs / aplicaciones, gratuitos, que proporcionan contenidos relacionados con viajes y con recursos turísticos, la mayor parte facilitados por los propios usuarios.
 - **TripAdvisor:** mayor comunidad viajera mundial. Se ha analizado si existe perfil propio del término (localidad/recurso turístico) en cuestión. En caso de que exista, se ha analizado las valoraciones y reseñas de los usuarios. Si no hay perfil, se ha analizado el apartado "Cosas que ver cerca de...", lo cual nos da una idea de qué es lo que destacan los visitantes que han estado y lo que opinan de estos recursos.
 - **Minube:** mayor comunidad viajera en España, exceptuando TripAdvisor. El método de análisis ha sido el mismo que para TripAdvisor.
- **Redes Sociales:** El análisis se ha realizado haciendo uso de las tres principales redes sociales, en cuanto a usuarios y actividad de los mismos, a nivel mundial.
 - **Facebook:** Es la red social con mayor número de usuarios y actividad a nivel mundial. El análisis ha consistido en identificar si existe algún perfil, página y/o grupo oficiales del recurso en cuestión, analizando el número de seguidores, valoraciones, si es que las hubiera, y la actividad existente.

- **Twitter:** Se ha realizado la revisión de existencia de perfiles oficiales, los seguidores y la actividad de los mismos. También se han analizado las publicaciones referidas a los términos de búsqueda, utilizando los denominados “hagstag”.
- **Instagram:** ES la red social con mayor crecimiento de usuarios en los últimos años. Su naturaleza visual y el uso de hashtags son algunos de los motivos que han hecho que la industria turística haya encontrado un nicho que explotar. Al igual que en los anteriores, el análisis ha consistido en identificar la existencia de perfiles oficiales de los recursos turísticos, y cuantificar los seguidores y la actividad de los mismos. También se han analizado las publicaciones referidas a los términos de búsqueda, utilizando los denominados “hagstag”.

Con el fin de conocer la verdadera notoriedad tanto de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa como del Valle de Aezkoa, se ha realizado el análisis completo de varios términos:

1. “Hiriberri”; “Villanueva de Aezkoa”
2. “Selva de Irati”
3. “Aribe”
4. “Orbaizeta”
5. “Garayoa”

El hecho de realizar el análisis para todos los términos mencionados reside en que la gran mayoría de los visitantes que acuden y/o se alojan en Hiriberri/Villanueva de Aezkoa tienen como objeto de su visita uno o varios de dichos términos (recursos turísticos).

TÉRMINO 1: “Hiriberri”; “Villanueva de Aezkoa”

Se ha realizado el análisis de los dos términos, nomenclatura en castellano y en euskera. Los resultados son similares, aunque se refleja una mayor notoriedad en el término “hiriberri”, por lo cual es el que se muestra a continuación.

TÉRMINO ANALIZADO		HIRIBERRI / VILLANUEVA DE AEZKOA	
GOOGLE	Resultados		
	122.000 resultados	141 noticias	1.160 vídeos
	Resultados 1ª página		
	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa		
	Wikipedia - Villanueva de Aézcoa		
	Valle de Aezkoa - Descubre el Valle - Municipios: Villanueva de Aezkoa		
	Escapada Rural - Hiriberri-Villanueva de Aezkoa		
	Asociación Turística Irati Orreaga - Hiriberri-Villanueva de Aezkoa		
	Ayuntamiento de Pamplona - Entidades - Ayuntamiento Villanueva de Aezkoa-Hiriberri		
	Ayuntamiento España - Ciudades y pueblos de España - Hiriberri/Villanueva de Aezkoa		
	Casas Rurales de Navarra - Casas en Hiriberri-Villanueva de Aezkoa		
	Búsquedas sugeridas		
	Villanueva de Aezkoa restaurante		Casa rural hiriberri Aezkoa
	Villanueva de Aezkoa (Navarra)		Aribe
	Hiriberri lanean		Maite Ancho Remondégui
Orbara (Aezkoa)		Villanueva de Aezkoa albergue	

	Lugares recomendados	
	Mirador de Zamariain (602 reseñas; 4,8/5 valoración)	Puente colgante de Aribre (501; 4,4/5)
	Irati Aezkoa (645; 4,7/5)	Real Fábrica de Armas de Orbaizeta (224; 3,9/5)
	Mirador de Ariztokia (193; 4,6/5)	Monte Arlekia (11; 4,5)
GOOGLE TRENDS	Frecuencia búsqueda 5 años	
		
	Lugares búsqueda	
	1 Navarra 100 2 País Vasco 2	

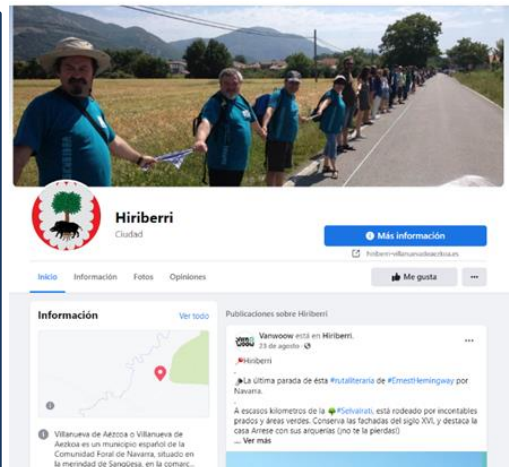
- El número de resultados en el metabuscador Google es reducido.
- Cabe destacar que, tanto los primeros resultados de la búsqueda como las búsquedas relacionadas y los lugares recomendados, guardan relación con el turismo rural en el Valle de Aezkoa.
- Google Trends: aunque dicho término no tiene una gran demanda de búsqueda, la frecuencia de búsqueda en el último año ha aumentado considerablemente.
- La gran mayoría de búsquedas se realizan desde la propia Comunidad Foral de Navarra

COMUNIDADES VIAJERAS		
TRIPADVISOR	Perfil propio	No
	Lugares cercanos	
	Selva de Irati	Mirador de Zamariain
	Real Fábrica de Armas de Orbaizeta	Itarinatura
	Puente Colgante de Aribre	
MINUBE	Perfil propio	No
	Lugares cercanos	
	Orbaizeta	Aribre
	Selva de Irati	Mirador de Zamariain

- No existe perfil de la localidad como recurso turístico en ninguna de las comunidades viajeras analizadas.
- En ambas comunidades se sugiere la visita de recursos turísticos cercanos a la localidad de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa: Selva de Irati, Fábrica de Armas de Orbaizeta, Puente Colgante de Arike o Mirador de Zamariain.

REDES SOCIALES				
FACEBOOK	Perfil propio			No
	Páginas	Sí	Seguidores	15
TWITTER	Perfil propio			No
	Hagstag	#hiriberri		N/A
INSTAGRAM	Perfil propio			No
	Hagstag	#hiriberri		100 publicaciones

- Facebook: Existe una página oficial de la localidad. El nivel de interacción es muy bajo: 15 seguidores; una única publicación (23/08/2021); sin opiniones de usuarios.
- Instagram: número bajo de publicaciones con el hagstag "#hiriberri". La mayoría de las publicaciones asociadas a naturaleza, paisajes, turismo rural, hórreos.



TÉRMINO 2: "Selva de Irati"

La Selva de Irati es uno de los principales, si no el principal, recursos turísticos del Valle de Aezkoa, y uno de los más importantes, a nivel de afluencia turística, de toda la Comunidad Foral de Navarra.

TÉRMINO ANALIZADO	SELVA DE IRATI		
GOOGLE	Resultados		
	516.000 resultados	5.770 noticias	74.100 videos
	Resultados 1ª página		
	INICIO – SELVA DE IRATI		
	Selva de Irati / Visit Navarra – Web Oficial de Turismo de Navarra		
	SELVA DE IRATI: Inicio		
	SASC selva de Irati rutas btt ski senderismo casas de Irati		
	Guía para visitar la Selva de Irati. Navarra / Viajamosjuntos.net		
	Qué ver en la Selva de Irati, guía para un finde – Escapada Rural		
	Selva de Irati – Wikipedia, la enciclopedia libre		

- Elevado número de resultados en Google. Páginas web propias del recurso. La mayoría corresponden con formas y servicios para visitar la Selva de Irati
- Los resultados de la búsqueda guardan relación con el turismo rural en el Valle de Aezkoa.
- Tiene perfil en Google, con alto número de reseñas y muy buena valoración. Entre las reseñas, la mayor parte hacen referencia a los términos “naturaleza”, “lugar”, “otoño”.
- Google Trends: el término “Selva de Irati” tiene una gran demanda de búsqueda. Se observan picos de búsqueda, anualmente, en la época de otoño.
- La gran mayoría de búsquedas se realizan desde la propia Comunidad Foral de Navarra, seguida de Aragón, La Rioja, País Vasco y Comunidad Valenciana.

COMUNIDADES VIAJERAS			
TRIPADVISOR	Perfil propio		Sí
	Evaluación		
	Nº2 de 323 cosas que hacer en Navarra		412 reseñas
	Valoración: 4,5/5		
	332 personas han valorado su visita como excelente		
MINUBE	Perfil propio		Sí
	Evaluación		
	Uno de los recursos turísticos más destacados de Navarra		
	41 reseñas	Valoración: 4,6/5	

- Perfil propio en ambas comunidades.
- TripAdvisor: se muestra como número 2 en el ranking de cosas que hacer en Navarra.
- Gran cantidad de reseñas y muy buena valoración.

REDES SOCIALES				
FACEBOOK	Perfil propio			No
	Páginas	Sí. (3 páginas)	Seguidores	1.300
	Grupos	Sí. (1)	Miembros	2.134 miembros
TWITTER	Perfil propio			No
	Hagstag	#selvadeirati		Alta actividad
INSTAGRAM	Perfil propio			No
	Hagstag	#selvadeirati		22.480 publicaciones

- Alto nivel de actividad en publicaciones en las tres redes sociales analizadas. Destacan las 22.480 publicaciones en Instagram con el hashtag “#selvadeirati”
- La mayor parte de las publicaciones, sobre todo en Instagram, se corresponden con fotografías del paisaje, la naturaleza. En Twitter y Facebook también podemos destacar las publicaciones con actividades turísticas de la zona.

TÉRMINO 3: “Arike”:

Arike es una pequeña localidad, centro neurálgico del Valle de Aezkoa, donde se concentran la mayor parte de los servicios de la zona.

TÉRMINO ANALIZADO		ARIBE	
GOOGLE	Resultados		
	718.000 resultados	4.770 noticias	180.000 vídeos
	Resultados 1ª página		
	Ayuntamiento de Arike: INICIO		
	Arike – Wikipedia, la enciclopedia libre		
	Arike (Navarra): Qué ver y dónde dormir – Escapada Rural		
	Información sobre tu viaje / turismoselvadeirati.com >> Arike		
	Arike – VALLE DE AEZKOA		
	El sendero de Arike, un paseo junto al río Irati – Diario de Navarra		
	Qué ver y dónde dormir en Arike, Navarra – Clubrural		
	Arike, Navarra. Lugares de interés. Brujulea Local		
	Búsquedas sugeridas		
	Arike Navarra	Hotal Arike	
	Balneario Arike	Irati	
	Arike restaurantes	Selva de Irati desde Irati	
	El tiempo en Arike	Ayuntamiento de Arike	
	Lugares recomendados		
	Mirador de Zamariain (602 reseñas; 4,8/5 valoración)	Puente colgante de Arike (501; 4,4/5)	
	Irati Aezkoa (645; 4,7/5)	Real Fábrica de Armas de Orbaizeta (224; 3,9/5)	
	Mirador de Ariztokia (193; 4,6/5)		
GOOGLE TRENDS	Frecuencia búsqueda 5 años		
			

Lugares búsqueda



1	Navarra	100
2	País Vasco	7
3	Comunidad Valenciana	2
4	Comunidad de Madrid	2
5	Cataluña	2

Temas relacionados

Puente Colgante de Aribere	Mirador de Zamariain
Navarra	Ochagavía

- Término con mayor número de resultados en Google. Lo primeros resultados hacen referencia al ayuntamiento, al turismo y a la propia localidad. Pasa lo mismo con las búsquedas relacionadas.
- Google recomienda la visita a recursos turísticos de la propia localidad, como el Puente Colgante de Aribere, o cercanos a la misma, como la Selva de Irati o el Mirador de Zamariain.
- Google Trends: el término “Aribere” es una búsqueda muy frecuente si atendemos al gráfico de los últimos 5 años. Es más común su búsqueda en períodos otoñales y estivales.
- La gran mayoría de búsquedas se realizan desde la propia Comunidad Foral de Navarra, seguida de País Vasco, Comunidad Valenciana, Madrid y Cataluña.

COMUNIDADES VIAJERAS		
TRIPADVISOR	Perfil propio	No
	Lugares cercanos	
	Museo de Estelas Abaurrea (3; 5/5)	Mirador de Zamariain (25; 5/5)
	Real Fábrica de Armas de Orbaizeta (67; 3,5/5)	Puente Colgante de Aribere (8; 4,5/5)
MINUBE	Perfil propio	Sí
	Evaluación	
	2 reseñas	Valoración 5/5
	19 fotografías	

- Sólo existe perfil en la web Minube. Tiene solamente 2 reseñas, con una valoración perfecta. El perfil cuenta con 19 fotografías, subidas por visitantes, relacionadas con el paisaje, la naturaleza, y la estética de las casas de la localidad

REDES SOCIALES			
FACEBOOK	Perfil propio		
	Páginas	Sí. (1)	Seguidores
TWITTER	Perfil propio		
	Sí. (@aribe_aezkoa)		

INSTAGRAM	Elevada actividad		250 seguidores
	Hagstag	"#aribe"	Elevada actividad
	Perfil propio		No
	Hagstag	"#aribe"	1.101 publicaciones

- En Facebook la actividad es nula. Se ha identificado una página de la localidad, con 200 seguidores, pero no tiene ninguna publicación.
- En Twitter existe un perfil oficial de Aribes. Elevada actividad, con publicaciones propias y de otros perfiles de la zona.
- Las publicaciones con el hagstag "#aribe" están relacionadas con los paisajes, la Selva de Irati y estética de las viviendas de la localidad.

TÉRMINO 4: "Orbaizeta"

TÉRMINO ANALIZADO		ORBAIZETA	
GOOGLE	Resultados		
	174.000 resultados	999 noticias	5.690 vídeos
	Resultados 1ª página		
	Orbaizeta – Inicio		
	Orbaizeta (Navarra): Qué ver y dónde dormir – Escapada Rural		
	Orbaizeta – Wikipedia, la enciclopedia libre		
	Información sobre tu viaje / turismoselvadeirati.com >> Orbaizeta		
	Real Fábrica de Armas de Orbaizeta – Arte en Ruinas		
	Orbaizeta. Noticias de Navarra / Diario de Navarra		
	Turismo en Orbaizeta, España 2021 – TripAdvisor		
	FÁBRICA DE ARMAS DE ORBAIZETA – Rutas Navarra		
	Búsquedas sugeridas		
	Orbaizeta qué ver	Casa en Orbaizeta	
	Tiempo Orbaizeta	Orbaizeta cómo llegar	
	Orbaizeta dormir	Orbaizeta restaurante	
	Orbaizeta Irati	Orbaizeta aemet	
	Lugares recomendados		
	Irati Aezkoa (645; 4,7/5)	Cromlechs de Azpegi (111; 4,4/5)	
	Mirador de Zamariain (602; 4,8/5)	Puente colgante de Aribes (501; 4,4/5)	
	Real Fábrica de Armas de Orbaizeta (224; 3,9/5)	Torre de Urkulu (132; 4,7/5)	
GOOGLE TRENDS	Frecuencia búsqueda 5 años		
			



- Número de resultados no muy elevado en Google. Destacan los vídeos de la Fábrica de Armas y de la Selva de Irati que podemos encontrar.
- Los primeros resultados de la búsqueda están muy relacionados con el turismo.
- Google Trends: es frecuente en el tiempo la búsqueda del término “Orbaizeta”, aunque no tiene grandes picos.
- La gran mayoría de búsquedas se realizan desde la propia Comunidad Foral de Navarra, seguida de País Vasco, Aragón y Madrid.

COMUNIDADES VIAJERAS		
TRIPADVISOR	Perfil propio	No
	Lugares cercanos	
	Selva de Irati	Mirador de Zamariain
	Real Fábrica de Armas de Orbaizeta	Puente Colgante de Aribe
MINUBE	Perfil propio	Sí
	Evaluación perfil	
	Presenta 1 reseña	Valoración: 5/5

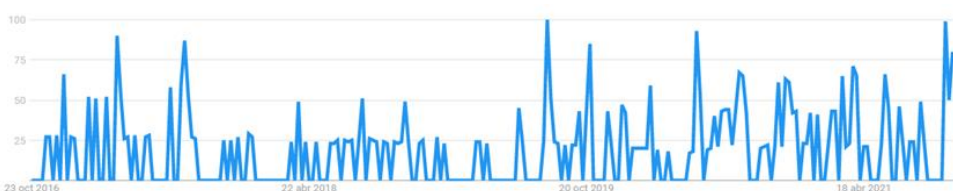
- Sólo existe perfil en la web Minube. Tiene solamente 1 reseña, con una valoración perfecta.
- Recomendación de visitar lugares cerca como Fábrica de Armas de Orbaizeta, Puente Colgante de Aribe y la Selva de Irati.

REDES SOCIALES					
FACEBOOK	Perfil propio			No	
	Páginas	Sí. (2)	Seguidores	168	
		Página oficial	Notable actividad		
		Página no oficial: 90 seguidores; 1.528 personas han registrado visita. La actividad es inferior.			
TWITTER	Perfil propio			No	
	Hagstag	#orbaizeta		Elevada actividad	

INSTAGRAM	Perfil propio	No	
	Hagstag	"#orbaizeta"	2.223 publicaciones

- En Facebook cuenta con una página propia, la cual tiene 168 seguidores, y presenta una notable actividad. También se ha identificado otra página, con menor actividad, pero en la cual 1.528 personas han registrado una visita a la localidad.
- Tanto en Twitter como en Instagram, gracias a la búsqueda del hagstag “#orbaizeta” encontramos numerosas publicaciones sobre la localidad, los paisajes de la Selva de Irati, y la Fábrica de Armas.

TÉRMINO 5: “Garaioa”

TÉRMINO ANALIZADO		GARAIOA	
GOOGLE	Resultados		
	197.000 resultados	863 noticias	5.100 vídeos
	Resultados 1ª página		
	Ayuntamiento de Garaioa: INICIOHASIERA		
	Garaioa (Navarra): Qué ver y dónde dormir – Escapada Rural		
	Garayoa – Wikipedia, la enciclopedia libre		
	MIRADOR DE ZAMARIAIN – Garaioa – Valle de Aezkoa		
	Qué ver y dónde dormir en Garaioa, Navarra – Clubrural		
	Mirador de Zaraiain, al borde del colapso – Diario de Noticias		
	El tiempo en Garaioa – Meteosat		
	Areas AC de pernocta en Garaioa, Navarra – Vanwoow		
	Búsquedas sugeridas		
	Garaioa cómo llegar	Ayuntamiento de Garaioa	
	Mirador de Zamariain	Garaioa tiempo	
	Garaioa mirador	Casa rural Garaioa	
	Garaioa dónde comer	Casa Garaioa	
	Lugares recomendados		
	Mirador de Zamariain (602 reseñas; 4,8/5 valoración)	Puente colgante de Aribre (501; 4,4/5)	
	Irati Aezkoa (645; 4,7/5)	Real Fábrica de Armas de Orbaizeta (224; 3,9/5)	
	Mirador de Ariztokia (193; 4,6/5)		
GOOGLE TRENDS	Frecuencia búsqueda 5 años		
			
	Lugares búsqueda		
		1 Navarra	100 

	Temas relacionados		
	Pamplona	Ochagavía	
	Selva de Irati	Distancia	

- Número de resultados medio en el metabuscador Google. Los primeros resultados de la búsqueda están muy relacionados con el turismo en la localidad, y su principal recurso turístico el mirador de Zamariain.
- Google Trends: este término no es tan frecuente en las búsquedas de Google, aunque se observa un aumento considerable del número de búsquedas en los últimos dos años

COMUNIDADES VIAJERAS			
TRIPADVISOR	Perfil propio		No
	Lugares cercanos		
	Puente Colgante de Aribé		Mirador de Zamariain
	Real Fábrica de Armas de Orbaizeta		Museo de Estelas
MINUBE	Perfil propio		No
	Lugares cercanos		
	Orbaizeta		Aribé
	Selva de Irati		Mirador de Zamariain

- No existe perfil en ninguna de las comunidades viajeras. Los lugares recomendados son similares a los del resto de términos analizados.

REDES SOCIALES			
FACEBOOK	Perfil propio		Sí
	No tiene actividad		1.091 amigos
	Páginas	Sí (1 oficial)	Seguidores 59
TWITTER	Perfil propio		No
	Hagstag	"#garaioa"	Baja actividad
INSTAGRAM	Perfil propio		No
	Hagstag	"#garaioa"	1.014 publicaciones

- En Facebook cuenta con un perfil propio, el cual cuenta con 1.091 amigos, pero sin ningún tipo de actividad. También encontramos una página oficial, con 59 seguidores.
- En Instagram, gracias a la búsqueda del hagstag "#garaioa" encontramos numerosas publicaciones. La gran mayoría corresponden a la fotografía que se sacan los visitantes en el Mirador de Zamariain.

3.4. POSICIONAMIENTO

Aunque no ha sido objeto del perfil del visitante, reproducimos a continuación el capítulo relativo al posicionamiento de la Selva de Irati del estudio *Accompagnement / conseil pour le choix du type de labellisation du territoire transfrontalier d'Irati*, realizado por Kaizen en 2015 para las Comisiones Sindicales de Soule y Cize (Francia) y las Juntas de los Valles de Salazar y de Aezkoa.

INTRODUCCIÓN

En marketing, se denomina **posicionamiento** a la imagen que ocupa una marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.

La **estrategia de posicionamiento** es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar la marca, empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos.

A la hora de llevar a cabo una estrategia de posicionamiento, es recomendable tener en cuenta los siguientes factores:

- La **diferenciación** es un factor importante dentro del posicionamiento. Posicionarse junto a la mayoría no suele ofrecer ninguna ventaja.
- El mejor posicionamiento es aquel que **no es imitable**, si los competidores pueden imitarlo en el corto plazo, se pierde la oportunidad de diferenciarnos.
- El posicionamiento de una marca tiene que proporcionar **beneficios que sean relevantes** para el consumidor (habitante y visitante, en nuestro caso).
- La posición que se desea alcanzar debe ser **rentable**.
- El posicionamiento de una marca debe entenderse como un **proceso de perfeccionamiento** de la misma, incremento de nuestro valor añadido y búsqueda de ventajas competitivas.

El posicionamiento es un concepto perfectamente trasladable a cualquier territorio y con los mismos atributos y factores, si bien en este caso se introduce entre las variables la imagen que del territorio tienen sus habitantes, tanto actual como futura.

En este documento pretendemos reflejar los atributos de posicionamiento de Irati que aparecen en la documentación técnica aportada por Comisiones y Juntas así como otros estudios y páginas web. También se ha definido el posicionamiento por parte de los electos y técnicos entrevistados.

FUENTES CONSULTADAS Y MÉTODO EMPLEADO

Se han consultado 15 estudios, planes y trabajos, cuya relación se puede consultar en el Anexo. En cada documento se han analizado 37 atributos organizados en 5 bloques. Los bloques y atributos son los siguientes:

ATRIBUTOS DE NATURALEZA

Bosque / Selva	Paisaje
Fauna	Montaña
Flora	Ríos / embalses
Micología	Espacios protegidos
Geología/Geomorfología	

ATRIBUTOS CULTURALES

Prehistoria	Mitología
Industria / minería	Fiestas y tradiciones
Explotación forestal	Pastoralismo

ACTIVIDADES

Senderismo corto / paseo	Birdwatching
Senderismo largo / travesía	Multiaventura
Bicicleta / BTT	Fotografía
Esquí de fondo / Raquetas	Irati Xtreme
Pesca	Descanso

PRODUCTOS LOCALES

Queso	Gastronomía
Carne	Artesanía

OTROS ATRIBUTOS

Frontera

Aislamiento

Alojamiento en naturaleza

Ermita

Sumidero de CO2

Cooperación transfronteriza

Ecoturismo

Espacio libertad

A los atributos anteriores se les ha dado estos valores en función del peso o relevancia que tienen en el documento en cuestión: valor 3 (muy relevante), valor 2 (relevante), valor 1 (citado, pero poco relevante) y valor 0 (no citado).

Asimismo, se ha realizado búsquedas en Google de las diferentes combinaciones entre Irati/Iraty y los atributos en español, francés, inglés, italiano y alemán, al objeto de estimar la relevancia de cada uno de ellos.

Si bien no se trata de un método científico, esta metodología permite jerarquizar con valores relativos (no absolutos) el posicionamiento del territorio tanto en la bibliografía manejada como en la inmensidad de la Red.

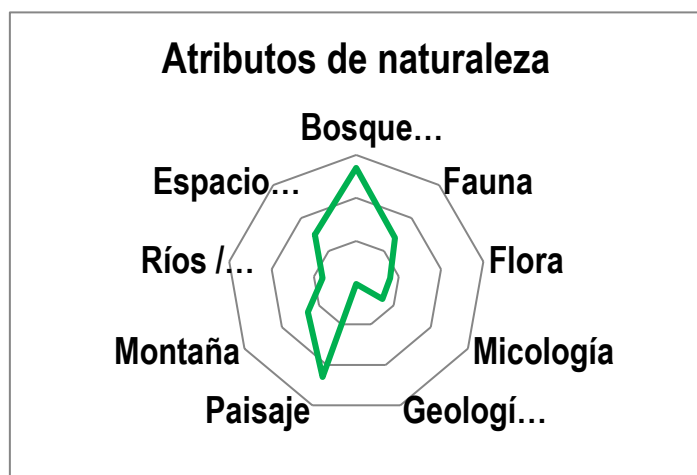
Finalmente, se han contrastado los resultados obtenidos en documentos y páginas Web con las opiniones que tienen los electos y técnicos de las entidades contratantes.

RESULTADOS DEL POSICIONAMIENTO EN DOCUMENTOS CONSULTADOS

Los bloques de atributos más repetidos y más valorados son los de naturaleza, actividades y culturales. Dentro de estos bloques se encuentran los atributos que reciben una valoración más elevada.



Entre los de naturaleza, el más repetido y destacado es el de bosque/selva (en todos los casos), seguido de paisaje, espacios protegidos, fauna y montaña. En efecto, en algunos de los documentos consultados, que disponen de encuestas realizadas a visitantes, estos identifican el destino Irati como un bosque de manera predominante.



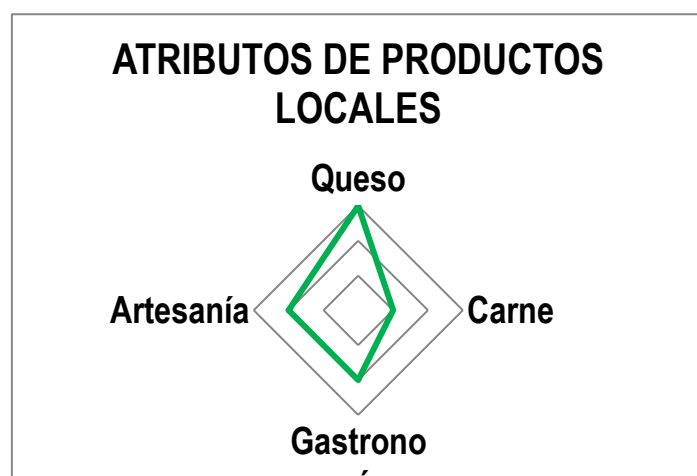
Entre los culturales, destaca el pastoralismo (sobre todo en la parte francesa), si bien las manifestaciones megalíticas y en menor medida la actividad forestal y las fiestas y tradiciones alcanzan puntuaciones moderadas.



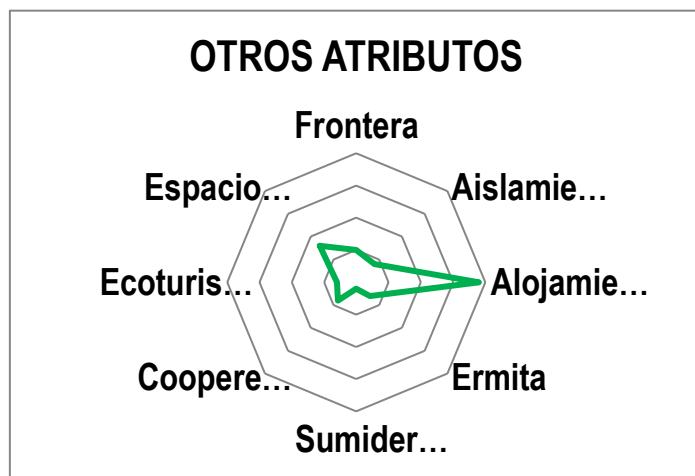
En el bloque de actividades, los atributos más valorados son el senderismo (tanto paseo como travesía), bicicleta / BTT y observación de aves o birdwatching.



Los productos locales reciben una puntuación muy discreta, lo cual llega a ser algo chocante con el queso, producto muy ligado al Irati francés.



En el grupo otros, destaca el alojamiento en naturaleza y el espacio libertad, recurrentes en la bibliografía francesa, aunque con puntuaciones menores que los atributos de los otros bloques.



RESULTADOS DEL POSICIONAMIENTO EN LA WEB

En las Webs oficiales (entidades y 31/64) destaca el atributo bosque/selva, seguido a distancia de fauna y flora entre los naturales y pastoralismo entre los culturales.

Las actividades tienen una gran relevancia, sobre todo senderismo (paseo y travesía), bicicleta y esquí de fondo/raquetas.

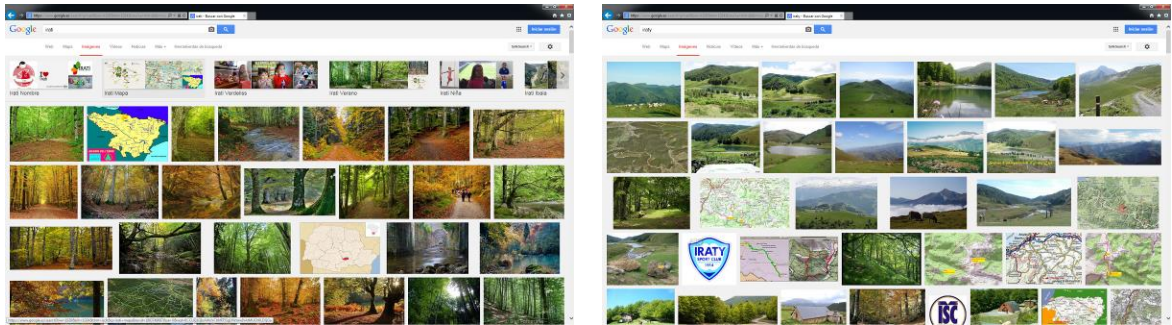
En el bloque otros, frontera es el atributo más destacado.

Por número de resultados en buscadores, en castellano, el más destacado de nuevo es bosque/selva. Le siguen flora y montaña. Entre las actividades destaca sobre todo descanso, seguido de pesca. Ecoturismo ofrece también muchos resultados y aparece carne como producto; la orientación comercial de la Red posiblemente sesgue este último resultado.

En francés, bosque/selva, flora, montaña, fiestas y tradiciones, minería, aventura, pesca, carne, cooperación transfronteriza son los que dan más resultados.

En inglés, italiano y alemán los resultados, muy inferiores en número, son similares.

Existe una cierta diferencia en las imágenes de Irati en Google en función de que se pregunte por el vocablo en castellano (Irati) o en francés (Iraty). En el primer caso, las primeras imágenes, de forma mayoritaria, son de tipo forestal, frecuentemente otoñales y con gran cromatismo. En cambio, las imágenes correspondientes a Iraty, en su mayor parte, son de espacios abiertos (pastizales) o mixtos, en los que los pastos alternan con el bosque.



POSICIONAMIENTO SEGÚN ORGANISMOS LOCALES Y CONCLUSIONES

El actual posicionamiento de Irati queda definido, de forma nítida, como un gran bosque / selva: los elementos diferenciales son que se trata del segundo bosque en extensión de Europa y el primer hayedo abetal por superficie. Se trataría de un espacio – bosque en el que practicar actividades (ecoturismo) y a la par, descansar. Es un refugio de valores naturales (paisaje, fauna, flora) con un componente cultural destacado (pastoralismo) a descubrir mediante actividades en la naturaleza de esfuerzo moderado / apta para todos los públicos (cualquier franja de edad tiene posibilidades de realizar actividades adaptadas a sus condiciones y necesidades). El carácter fronterizo es una singularidad de este espacio.

Se ha sometido esta percepción a los responsables de las entidades de los cuatro valles, y en general se muestran de acuerdo pero con algunas matizaciones:

- Pese a que es un gran espacio natural, es un ámbito que se explota: hay actividades forestales, ganaderas, caza, etc. Pero son actividades tradicionales sostenibles que han permitido que el espacio perdure en buenas condiciones hasta nuestros días. La existencia de usos hay que compatibilizarla con la idea de espacio prístino para que los visitantes no se lleven a engaño: verán más vacas y ovejas que ciervos y corzos.
- Es una fuente de ingresos y un posible motor económico para los valles. Hay diferencias entre el lado francés, donde la actividad agropecuaria se ve como el eje económico fundamental, y la navarra, en la que el turismo se percibe como el sector más pujante.
- Es un espacio con una fuerte impronta cultural: hay un rico patrimonio material (megalitos, fábrica de armas, torre de Urkulu...) e inmaterial (fiestas, tradiciones, danzas...). Irati, muy

en especial al norte de la muga, es un gran elemento muy destacado en la identidad vasca del occidente de la cadena pirenaica.

3.5. CONCLUSIONES

PERFIL DEL VISITANTE

- ✓ El viaje en pareja es el tipo de grupo mayoritario que visita el Valle de Aezkoa, con un 52%. El promedio del grupo de viaje es de 4,03 personas.
- ✓ El 98% de los visitantes – turistas son de origen nacional. A nivel de comunidades autónomas, destacan Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid, las cuales suponen el 62% del total de visitantes.
- ✓ Aproximadamente, un 6% de las personas encuestadas son excursionistas procedentes de País Vasco y de la propia Comunidad Foral de Navarra. Este dato no es, entendemos, real y es consecuencia del periodo de realización de las encuestas (temporada alta en pernoctaciones) y del sesgo en la encuestación (centrada en turistas). El dato real podría situarse, en nuestra opinión, en el entorno del 60% en términos anuales.
- ✓ Gran parte de la demanda actual en el Valle de Aezkoa, al menos en temporada de elevada afluencia de visitantes, son de edad madura – joven, en contraposición con otros recursos y destinos rurales y de naturaleza, en los que el perfil de los visitantes es más joven.
- ✓ El tipo de alojamiento más común entre los visitantes son las casas rurales (37,5%), lo cual corresponde con la oferta de alojamientos en la zona.
- ✓ Un 48,5% de los visitantes turísticos del Valle de Aezkoa se alojan en establecimientos hoteleros y casas rurales del propio valle. La mayoría de los encuestados se alojan en la localidad de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa.
- ✓ El 73% de los turistas visitan el Valle de Aezkoa por primera vez (a tener en cuenta el sesgo cometido). De entre estos, el 81% ha conocido la zona y se ha animado a visitarla gracias a la recomendación de amigos y / o familiares. También juegan un gran papel las webs oficiales de turismo de Gobierno de Navarra y de la zona (55%).
- ✓ El principal aspecto positivo destacado por la inmensa mayoría de los encuestados corresponde con la belleza del paisaje, la tranquilidad y la naturaleza de la zona.
- ✓ La mayor parte de los encuestados no identifican ningún elemento negativo en la visita. Aquellos que mencionan algo negativo coinciden en la baja oferta de hostelería de la zona, lo cual les dificulta el consumo en establecimientos hosteleros.
- ✓ La visita al Valle de Aezkoa gusta mucho o muchísimo al 100% de los visitantes, destacando el 82,5% que valora la visita con una puntuación 5 sobre 5.
- ✓ El gasto medio, por persona y día, de los turistas que pernoctan en Navarra y visitan el Valle de Aezkoa es de 66,18€. El alojamiento es la categoría que mayor gasto acapara (41,7%), junto con las comidas (37,5%).
- ✓ Los visitantes que pernoctan en el Valle de Aezkoa llevan a cabo un gasto medio de 62,90€ por persona y día. Estos visitantes realizan un 87,81% de su gasto total en el Valle.

PRESENCIA EN INTERNET Y REDES SOCIALES

- ✓ La presencia en internet de los distintos recursos turísticos del Valle de Aezkoa está muy interrelacionada.
- ✓ Los recursos turísticos más destacados y con mayor notoriedad y presencia en internet son, por orden de importancia: Selva de Irati, Mirador de Zamariain (Garaioa), Puente Colgante de Aribere, Fábrica de Armas de Orbaizeta, Aribere, Hiriberri/Villanueva de Aezkoa.
- ✓ En todas las búsquedas de Google de los términos analizados aparece entre los primeros resultados la página web "Wikipedia". Es conveniente revisar dicha página web, debido a que los contenidos pueden ser editados por cualquier usuario.
- ✓ Las tendencias de búsqueda en Google marcan un aumento del número y frecuencia de búsquedas de los términos analizados, en los últimos 2 – 3 años, lo cual guarda relación con el aumento del excursionismo y turismo rural.
- ✓ Destaca la reducida actividad de los recursos a través de las diferentes redes sociales. Se cree conveniente un aumento de la actividad por parte de los gestores de dichos recursos, con el fin de obtener mejores resultados turísticos y una mejor "imagen de marca".
- ✓ Los recursos analizados poseen muy buenas valoraciones por parte de los visitantes en la red. La gran mayoría asociadas a la belleza del paisaje y la naturaleza. La única excepción la encontramos en la Fábrica de Armas de Orbaizeta, debido a estado de deterioro (proyecto de restauración en ejecución) y a la imposibilidad de visitarla en su interior (obras de restauración).

4. MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA DEL CENTRO DE SERVICIOS DE HIRIBERRI/VILLANUEVA DE AEZKOA

4.1. SITUACIÓN ACTUAL

Como decíamos más arriba, Hiriberri/Villanueva de Aezkoa es un micro-destino turístico incipiente, poco masificado y conocido.

El eje central de la apuesta turística lo constituye la creación de un **centro de servicios turísticos** de titularidad pública y gestión privada (concesión de servicios) unido a acciones que promuevan el emprendimiento y generen empleo o autoempleo locales. Es una apuesta clara por fijar población en la localidad a través de la inversión pública en un negocio sostenible.

La intervención consiste en la **rehabilitación de un edificio de propiedad municipal**, hoy en estado de semi-ruina, que oferte:

- Un servicio de **bar – cafetería** con restauración sencilla;
- **Dos servicios de alojamiento:**
 - Un **albergue** de segunda categoría con 20 plazas;
 - Un **apartamento turístico** de 2-3 plazas
- Un **servicio de guarda-botas y taquillas**;
- Un servicio de **información ambiental y turística**;
- Una **oferta de actividades** relacionada con el ocio activo, el descubrimiento de la naturaleza y la sensibilización y educación ambientales; opción de venta de producto local.

El hito o centro turístico cuenta con **proyecto de ejecución** realizado por ARQ Arquitectos. Cuenta con licencia de actividad clasificada y licencia de obras. Éstas, van a comenzar, previsiblemente, en noviembre de 2021, previéndose su finalización en octubre de 2023. El comienzo de las obra ha sido tortuoso, con dos licitaciones desiertas, al verse afectada por el incremento de precios de los materiales de la construcción, la lejanía de la localidad respecto de la comarca de Pamplona (sede de la mayoría de las empresas del gremio) y el repunte de actividad tras la crisis pandémica.

La localidad no tiene una presión turística significativa y de hecho su estructura económica está muy orientada al sector primario. Existen 11 titulares de explotaciones ganaderas (vacuno, caballar, ovino) y otra mixta ganadero-agrícola (patata en ecológico y con venta directa) y otras 12 personas en el registro del IAE, 5 relacionados con el sector turístico, 3 del sector de la construcción, 2 de servicios forestales y otros 2 de transporte. En suma, el sector primario absorbe el 58% del tejido productivo, el 21% el turismo, el 13% la construcción y el 10% el transporte. En lo que se refiere al conjunto de la población ocupada (altas en la Seguridad Social a 30/04/2021), el 29% es de del sector primario, el 15% de la industria, el 12% de la construcción y el 44% de los servicios, lo que confirma la baja tasa de *terciarización* de la localidad.

De acuerdo con lo expuesto en los apartados anterior, desde el punto de vista turístico Hiriberri/Villanueva de Aezkoa presenta las siguientes **características**:

- Los **recursos turísticos** son **variados**, mezcla de **valores patrimoniales** (el conjunto del caserío, los cuatro hórreos, algunas casas de interés), **naturales** (una Reserva Natural, Irati) y **recreativos** (GR-11), **además de paisaje de montaña** con explotaciones de ganado vacuno, ovino y caballar. Da lugar a una visita equilibrada apta para públicos diversos.
- **No existe masificación turística**, cosa que ocurre en lugares muy próximos, como Irati (ya comentado) o el [mirador de Zamariain](#), en la cercana Garaioa. La localidad es poco conocida aunque quienes la visitan muestran una elevadísima satisfacción.
- Aunque el tejido turístico local es reducido, **bulle desde hace 15 años la idea de realizar algún alojamiento** (tipo albergue) que por diversas circunstancias no ha visto la luz. **En 2021 se han dado las circunstancias para llevar a cabo un proyecto ambicioso**: una corporación municipal decidida, la posibilidad de financiación (Plan del Pirineo) y la toma de conciencia del despoblamiento del Valle.
- Además de la carencia de equipamientos turísticos, **no cuenta con espacios de aparcamiento**, si bien a día de hoy no constituye un problema relevante.
- **No tiene un posicionamiento turístico específico**, más allá del de la Aezkoa y su vinculación con Irati, con los atributos y características expuestos más arriba.

4.2. BASES DEL MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO

Los objetivos en cuanto al destino turístico de la localidad se han expuesto en el apartado 1.

En lo que se refiere al **centro de servicios**, sus **objetivos** son:

- Contribuir a diversificar la economía local;
- Promover el emprendimiento turístico;
- Ofrecer oportunidades laborales a algunas personas;
- Mejorar los servicios a disposición de la población residente;
- Aprovechar el patrimonio edificado público hoy en desuso y semirruina.

Y sobre estos objetivos, el Ayuntamiento de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa busca un modelo de gestión del centro que se caracterice por:

- Tener un **carácter sostenible** en las tres connotaciones de esta manida expresión: **ambiental** (no masificado, eficiente), **social** (respetuoso con el legado y la idiosincrasia aezkoana, y punto de encuentro entre la ciudadanía) y **económico** (que genere sinergias con otros sectores económicos y sea autosuficiente). El turismo genera beneficios (económicos –rentas y empleo-, sociales –oportunidades- y ambientales –puesta en valor de recursos), por supuesto, pero puede traer consigo efectos no deseados en materia de derechos sociales, vivienda, lengua, arraigo, convivencia, sostenibilidad, clima, movilidad y equilibrio intersectorial, entre otros.

- Servir, en el caso de Aezkoa, como **elemento de descongestión de otros atractivos turísticos** que sufren una masificación en determinados momentos, como es el caso de Irati, tanto en su entrada por Orbaizeta como por Ochagavía (en Salazar), o Zamariain (Garaioa).
- Poder estar **integrado con el resto de los recursos turísticos de Aezkoa**, tanto públicos como privados, conformando una red colaborativa.

Podemos añadir a estas características la necesidad de que estén **alineados con los dos grandes pilares del Instrumento Next Generation UE (NGUE): pacto verde y digitalización.**

4.3. ELEMENTOS DEL MODELO

La actuación se desarrollará en un edificio propiedad del Ayuntamiento, sito en C/ San Salvador 17, junto a la iglesia parroquial. Parcela 2, polígono 3 del catastro de Hiriberri/Villanueva.

La **edificación** sobre la que se actúa está **compuesta por 2 volúmenes dedicados a equipamiento municipal**. Ambos volúmenes, **del tipo tradicional de la localidad**, se encuentran anexos, aunque sin existir comunicación entre ellos.

Uno de ellos, el más pequeño, consta de planta baja, primera y bajo cubierta con cubierta a dos aguas. En él se ubica el consultorio médico en planta baja y una vivienda en las dos plantas restantes. Se encuentra en buen estado. El proyecto contempla una mínima reordenación de los espacios para incluir en el conjunto una caldera de biomasa que dé servicios a los dos volúmenes (en el consultorio es ahora eléctrica y el otro carece de calefacción).

El otro volumen, el más grande, consta de planta baja, primera, segunda y bajo cubierta con cubierta a 2 aguas. Está dedicado a almacén. Se encuentra bastante deteriorado.

La actuación principal se lleva a cabo en el edificio mayor, para el cual, debido al mal estado interior de la edificación, es necesario el derribo de los forjados actuales manteniendo las fachadas y los huecos actuales. La cubierta se realizará nueva.

Se actúa sobre un total de 470 m² construidos, con una **superficie útil total de 270,8 m²**.

La **distribución por plantas** es la siguiente:

- Planta baja.
 - Actuación en el consultorio médico: reordenación de espacios para instalar una caldera de biomasa que dé servicio a todo el conjunto.
 - Área de cafetería, recepción de los tipos de alojamiento y espacio para guarda-botas.
- Planta primera.
 - 2 habitaciones de albergue
 - Bloque de aseos para mujeres.
 - Apartamento turístico

- Planta segunda
 - 4 habitaciones de albergue (2 con baño incorporado)
 - Bloque de aseos para hombres
- Planta bajocubierta
 - Servicios comunes del albergue
 - Sala intergeneracional con espacio expositivo

En el Anexo II aparecen los planos principales.

Los servicios a ofertar se han descrito en el apartado 4.1.

El presupuesto original del equipamiento es el siguiente:

RESUMEN DEL PRESUPUESTO. HIRIBERRRI LANEAN	
1	DEMOLICIONES Y ACTUACIONES PREVIAS
2	SANEAMIENTO HORIZONTAL
3	CIMENTACIÓN Y ESTRUCTURA
4	CUBIERTA Y ESTRUCTURA DE MADERA
5	ALBAÑILERÍA
6	IMPERMEABILIZACIÓN Y AISLAMIENTO
7	SOLADOS Y REVESTIMIENTOS
8	CARPINTERÍA Y METALISTERÍA
9	INST. FONTANERÍA, SANEAMIENTO
10	INST. ELECTRICIDAD, ILUMINACIÓN Y TELECOMUNICACIONES
11	INST. CALEFACCIÓN Y VENTILACIÓN
12	PROTECCION CONTRA INCENDIOS
13	ASCENSOR
14	ACCESIBILIDAD UNIVERSAL
15	SEGURIDAD Y SALUD
16	CONTROL DE CALIDAD
17	GESTIÓN DE RESIDUOS
TOTAL EJECUCIÓN MATERIAL	
	450.441,86 €
	5% Gastos generales
	22.522,09 €
	5% Beneficio industrial
	22.522,09 €
	SUMA DE G.G. y B.I.
	45.044,19 €
TOTAL PRESUPUESTO CONTRATA	
	495.486,05 €
	21,00 % I.V.A.
	104.052,07 €
TOTAL PRESUPUESTO GENERAL DE LA OBRA	
	599.538,12 €
HONORARIOS TÉCNICOS (proyecto y dirección de obra)	
	54.450,00 €
TOTAL PROYECTO HIRIBERRRI LANEAN	
	653.988,12 €

A ello hay que sumar el equipamiento que se estima en:

EQUIPAMIENTO ALBERGUE	38.000,00 €
EQUIPAMIENTO APARTAMENTO	18.000,00 €
EQUIPAMIENTO CAFETERÍA	42.000,00 €
TOTAL EQUIPAMIENTO (estimación)	98.000,00 €

Al quedar desierta la primera licitación, se modificó el presupuesto de la obra de la forma siguiente:

RESUMEN DEL PRESUPUESTO. HIRIBERRRI LANEAN	
1	DEMOLICIONES Y ACTUACIONES PREVIAS
2	SANEAMIENTO HORIZONTAL
3	CIMENTACIÓN Y ESTRUCTURA
4	CUBIERTA Y ESTRUCTURA DE MADERA
5	ALBAÑILERÍA
6	IMPERMEABILIZACIÓN Y AISLAMIENTO
7	SOLADOS Y REVESTIMIENTOS
8	CARPINTERÍA Y METALISTERÍA
9	INST. FONTANERÍA, SANEAMIENTO
10	INST. ELECTRICIDAD, ILUMINACIÓN Y TELECOMUNICACIONES
11	INST. CALEFACCIÓN Y VENTILACIÓN
12	PROTECCION CONTRA INCENDIOS
13	ASCENSOR
14	ACCESIBILIDAD UNIVERSAL
15	SEGURIDAD Y SALUD
16	CONTROL DE CALIDAD
17	GESTIÓN DE RESIDUOS
TOTAL EJECUCIÓN MATERIAL	
	450.441,86 €
	5% Gastos generales
	22.522,09 €
	5% Beneficio industrial
	22.522,09 €
	SUMA DE G.G. y B.I.
	45.044,19 €
TOTAL PRESUPUESTO CONTRATA	
	495.486,05 €
	21,00 % I.V.A.
	104.052,07 €
TOTAL PRESUPUESTO GENERAL DE LA OBRA	
	599.538,12 €

4.4. OBJETIVO ECONÓMICO A ALCANZAR

El turismo es una actividad económica. Y como tal debe generar fondos tanto para mantener los recursos como para generar empleo y rentas a las personas y a la economía local.

El objetivo buscado es que **el equipamiento sea autosuficiente, es decir, que no dependa de subvenciones públicas**, siempre atendiendo a las bases expuestas más arriba.

No es un objetivo del modelo generar beneficios para el Ayuntamiento de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa. La entidad local busca un proyecto tractor que contribuya a frenar el despoblamiento que sufre el pueblo.

4.5. FASES DE IMPLEMENTACIÓN

Se contempla **una única fase**: la apertura del equipamiento. No obstante, y para llegar a este punto, se están dando o se darán las siguiente subfases:

- Proyecto de ejecución material y obtención de la financiación principal: abril – julio de 2021;
- Modelo de gestión, estudio de viabilidad: abril – octubre de 2021;
- Licitación de la obra: septiembre de 2021;
- Ejecución del equipamiento: octubre de 2021 – octubre de 2023;
- Formación en emprendimiento: primer semestre de 2023;
- Licitación de la gestión: julio de 2023;
- Apertura del equipamiento: cuarto trimestre de 2023.

	2021		2022		2023	
	1S	2S	1S	2S	1S	2S
Proyecto de ejecución						
Gestión y viabilidad						
Licitación de las obras						
Ejecución de las obras						
Formación en gestión						
Licitación de la gestión						
Apertura						

4.6. CATÁLOGO DE SERVICIOS Y TARIFAS

De manera inicial, contemplamos los servicios del siguiente cuadro. No incluimos servicios de visitas guiadas o venta de producto local por tener un carácter optativo para las personas gestoras

ALBERGUE	PVP
Pernoctaciones (solo alojamiento)	15,00 €
Pernoctación con desayuno	20,00 €
Alquiler de sábanas y encimera	3,50 €
Alquiler de toallas	3,50 €
Uso de lavadora	2,00 €
Máquina autovending (compra media)	3,00 €
Información turística	Servicio gratuito
Información ciclista	
Información gastronómica	
Bolsas de picnic por encargo	10,00 €
APARTAMENTO TURÍSTICO	PVP
Pernoctaciones (con desayuno)	75,00 €
BAR - CAFETERÍA	PVP
Cafés y similares	1,20 €
Cañas / refrescos y similares	2,00 €
Bocadillos	6,00 €
Comidas / cenas / almuerzos	12,00 €
CONVENIOS CON LA ADMINISTRACIÓN	
	3.000,00 €

Las **tarifas de alojamiento** (15 € por persona y noche, IVA incluido) se encuentran **en línea con las de otros albergues** (Legasa, Narbarte, Elizondo, Alsasua, Ochagavía) y son algo más económicas que en los de Arantza, Beintza, Belagua, Lekaronz o Irisarri-Land. La del apartamento turístico es de tipo medio, si bien en este tipo de establecimientos la variabilidad de los precios es muy alta.

Se contemplan **pequeños servicios** habituales como alquiler de sábanas y encimera; de toallas; uso de lavadora; con precios similares a los de otros establecimientos de este tipo.

Dado el tipo de público esperable se ha considerado la posibilidad de ofertar algunos productos en **máquinas de autovending y bolsas de picnic por encargo**.

Por último, **determinados servicios de información se ofertarían sin coste para el usuario**.

Señalar a efectos de cálculo que las tarifas están sujetas al **IVA** (10% en alojamiento y restauración, y 21% para el resto), cualquiera que sea la forma de gestión. Las tarifas expuestas son precios de venta al público (IVA incluido).

Incluimos una partida de **3.000 euros de aportación pública** (Ayuntamiento, Junta del Valle, Gobierno de Navarra) **por el uso de las instalaciones para actividades** culturales, formativas o de desarrollo personal.

4.7. PERIODOS DE FUNCIONAMIENTO / SERVICIO

Para el modelo contemplamos un calendario de servicio ininterrumpido durante todo el año.

	PERIODOS DE FUNCIONAMIENTO / SERVICIO											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Albergue	Todos los días											
Apartamento turístico	Todos los días											
Bar-restaurante	Todos los días											

El cierre durante algunos días señalados y de, en general, una oferta más restringida (normalmente en temporada baja), no tiene apenas influencia sobre la facturación, siempre que no afecte a los picos de demanda.

Serán las personas gestoras quienes determinen al calendario concreto.

4.8. NECESIDADES DE PERSONAL

La inteligente distribución de los espacios prevista por el equipo redactor del proyecto de ejecución, permite una **atención simultánea de los dos servicios principales**. Entendemos que pueden gestionarse bien los momentos de entrada y salida en los dos alojamientos (en especial si se utiliza un sistema de reservas que minimice la necesidad de atención) con la atención del bar-cafetería.

El personal medio para un alojamiento de este tipo en Navarra es de 0,08 personas / plaza, lo que nos lleva a una necesidad de 1,6 personas. A efectos de cálculo, elevamos la necesidad hasta 2,25 personas trabajadoras anuales para atender todos los negocios.

	PERSONAL EMPLEADO POR MESES											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Equipamiento	2 personas a jornada completa + apoyo de otra al 25% / 3 personas al 75%											
												2,25

Así pues, estimamos la **capacidad de generación de empleo en 2,25 personas** en jornada a tiempo que podrían ser 3 personas al 75% de jornada.

Al igual que para los periodos de funcionamiento, **la gestión de los recursos humanos debe ser flexible y adaptada a la demanda**. La implantación de **bolsas de horas**, sistema que permite trabajar

más o menos horas que las habituales según la demanda prevista o real (respetando las horas de trabajo anuales establecidas en las normas laborales), es un mecanismo que ayuda a optimizar los costes brutos salariales y que, por lo general, es bien recibido por las personas trabajadoras (periodos de vacaciones más largos que los habituales).

La **forma de contratación de las personas trabajadoras dependerá del sistema de gestión** (véase más adelante) que se decida. En líneas generales, es más rígido en la gestión directa (principios de mérito y capacidad, además de publicidad y transparencia) y más flexible en la gestión indirecta, opción por la que se decanta, en principio, el Ayuntamiento.

A nuestro juicio, **el principal requisito de todo el personal es la polivalencia**: hacer un poco de todo.

Entendemos necesario que exista **una persona coordinadora** de los recursos humanos (organización de tareas, actividades, calendarios y horarios), de planificación general de los servicios, de gestión de la web y plataforma de reservas y de interlocución ante el Ayuntamiento de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa.

Las **principales labores a llevar a cabo en el equipamiento por su personal** son:

ALBERGUE / APARTAMENTO TURÍSTICO

- Atención al cliente: presencial, telefónica y telemática.
- Gestión y administración de las estancias, cuadrando personas y habitaciones, siendo el contacto para la entrega y recogida de las llaves.
- Recepción, atención durante la estancia y despedida de los clientes.
- Registro mediante identificación, cobro y control del alojamiento de los clientes.
- Planificación y previsión de la ocupación del alojamiento.
- Elaboración de informes (ocupación, satisfacción de los clientes, ingresos y gastos) y propuesta de posibles mejoras.
- Labores de limpieza y prevención de la Covid-19, en caso necesario.
- Revisión y pequeño mantenimiento de las instalaciones y equipamiento.
- Gestión de proveedores.
- Información turística, cultural, ambiental.
- Gestión y mantenimiento de plataformas de reservas en-line.

BAR / RESTAURANTE

- Recepcionar, almacenar y distribuir materias primas.

- Preparar y presentar las bebidas y alimentos.
- Desarrollar las actividades de servicio y atención al cliente.
- Preparar y mantener en buen estado el área de trabajo, los equipos y utensilios para poder ofrecer un servicio de calidad al cliente.
- Ejecutar los distintos procesos de facturación/ o cobro.
- Recoger las instalaciones, una vez que los clientes se hayan ido.
- Llevar a cabo la supervisión del material.

Consideramos de mucho interés realizar **protocolos por escrito** sobre cuestiones como: sistema de bienvenida / información / acogida para los diferentes servicios: visitas de grupos o escolares; resolución de incidencias y reclamaciones; accidentes; Covid-19... Los protocolos mejoran de forma importante la calidad de la atención dada, unifican la respuesta del personal ante situaciones repetidas y facilitan la formación de nuevo personal.

Otro punto a considerar es la formación. Será necesario **elaborar un plan de formación del personal sobre:**

- **Materias transversales.** A modo de ejemplo: atención al cliente, atención a la diversidad, empatía, guiado de personas, salud laboral y prevención de riesgos, Covid-19, ofimática, idiomas, igualdad de género, acoso laboral, manejo del estrés, gestión del tiempo, comunicación oral y escrita, tecnologías de la información, redes sociales, actitudes (asertividad, autoconfianza, comunicación en positivo, resolución de conflictos, trabajo en equipo, análisis de problemas y toma de decisiones, compostura y el saber estar,...y,
- **Materias específicas,** sobre los recursos turísticos, ambientales, culturales, sociológicos de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa, Aezkoa, Pirineo y Navarra, interpretación del patrimonio, etc. Manejo de la web de reservas. Labores de atención y gestión de alojamientos y espacios de restauración.

4.9. DEMANDA DE SERVICIOS

Para el cálculo de la demanda se han utilizado fuentes diversas. Entre ellos, datos de ocupación de albergues y apartamentos turísticos en Navarra (Instituto de Estadística de Navarra), datos de visitantes a la Selva de Irati por la entrada de Arrazola (Junta del Valle de Aezkoa), un estudio específico de tránsito en la GR-11 a su paso por Hiriberri/Villanueva de Aezkoa (Comité de Senderos de la Federación Navarra de Deportes de Montaña y Escalada), datos de la cercana Oficina de Información y Turismo de Ariebe (Junta del Valle de Aezkoa) y datos del perfil del visitante realizado en el marco de este trabajo. Algunos de los datos se han expuesto más arriba.

De manera general, se ha adoptado una visión cautelosa de la demanda.

ALBERGUE

Los datos de **pernoctaciones** se han estimado **a partir de los datos oficiales de (na)stat** (Instituto de Estadística de Navarra) de albergues turísticos, que provienen de la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto de Nacional de Estadística. Se han utilizado **datos medios del último lustro (2015-2019) de Navarra** (no existen datos desagregados por comarcas para este tipo de alojamientos). La ocupación media se sitúa en el 21,7%. Obviamos los datos de 2020 en la esperanza de que la debacle de ese año, y de parte del actual, no se repita.

DATOS DE OCUPACIÓN MEDIA DE LOS ALBERGUES TURÍSTICOS (%)								HIRIBERRI	20 plazas
	2019	2018	2017	2016	2015	2014	MEDIA 2015-2019	Plazas ocupadas	
Enero	3,2	9,8	7,6	11,2	9,0	6,0	8,2	51	
Febrero	10,8	11,7	15,3	16,0	14,0	13,0	13,6	76	
Marzo	9,0	44,1	12,9	17,7	20,0	14,0	20,7	128	
Abril	22,5	21,0	29,1	20,0	19,0	18,0	22,3	134	
Mayo	20,1	22,1	18,2	24,2	21,0	20,0	21,1	131	
Junio	16,3	20,0	27,7	28,9	21,0	20,0	22,8	137	
Julio	45,7	57,6	46,0	38,8	48,0	28,0	47,2	293	
Agosto	40,3	39,8	73,2	31,0	31,0	33,0	43,0	267	
Septiembre	23,3	15,4	15,3	18,7	13,0	14,0	17,1	103	
Octubre	26,5	16,1	18,4	14,3	19,0	13,0	18,9	117	
Noviembre	15,7	11,9	9,4	10,5	12,0	9,0	11,9	71	
Diciembre	21,9	14,9	12,9	8,3	7,0	6,0	13,0	81	
OCUPACIÓN MEDIA	21,3	23,7	23,8	20,0	19,5	16,2	21,7	1.588	

Estimamos 1.588 pernoctaciones anuales, sobre un total de 7.300 plazas disponibles.

Para el resto de los servicios hoteleros, la demanda se ha estimado en forma de porcentaje sobre las pernoctaciones medias mensuales.

	Pernoctaciones (solo alojamiento)	Pernoctaciones (aloj. + desayuno)	Sábanas y encimera	Toallas	Uso de lavadora	Autovending	Bolsas picnic	% ocupación albergue
Enero	51	18	30	38	18	25	5	8,2%
Febrero	76	27	46	57	27	38	8	13,6%
Marzo	128	45	77	96	45	64	13	20,7%
Abril	134	47	80	100	47	67	13	22,3%
Mayo	131	46	79	98	46	66	13	21,1%
Junio	137	48	82	103	48	68	14	22,8%
Julio	293	102	176	220	102	146	29	47,2%
Agosto	267	93	160	200	93	133	27	43,0%
Septiembre	103	36	62	77	36	51	10	17,1%
Octubre	117	41	70	88	41	58	12	18,9%
Noviembre	71	25	43	53	25	36	7	11,9%
Diciembre	81	28	48	60	28	40	8	13,0%
	1.588	556	953	1.191	556	794	159	21,7%
Pernoctaciones:			ocupación media de los albergues (2015-2019) por el número de plazas previstas (20)					
			resto de ventas: siguen la pauta de la ocupación del albergue					
Desayunos:			35% de las pernoctaciones (no suman)					
Sábanas:			60% de las pernoctaciones					
Toallas			75% de las pernoctaciones					
Uso de lavadora			35% de las pernoctaciones					
Autovending			50% de las pernoctaciones					
Bolsas de picnic			10% de las pernoctaciones					

Nota: el total de pernoctaciones es de 1.588; de ellas, 556 (35%) demandarían desayuno.

APARTAMENTO TURÍSTICO

Utilizamos el mismo criterio para estimar la demanda (datos medios de ocupación de 2015-2019 de este tipo de establecimientos) **procedentes de datos oficiales** (na(s)tat).

A diferencia del anterior, la estimación es **por días de ocupación y no por personas** (el apartamento puede ser ocupado por entre 1 y 3 personas, con un coste por uso independiente del número de clientes).

En este caso, el único servicio es el de pernoctación con desayuno incluido en el precio. Consideramos, para simplificar el cálculo, que la tarifa incluye el desayuno con independencia de que el número de personas alojadas sea una, dos o tres.

DATOS DE OCUPACIÓN MEDIA DE LOS APARTAMENTOS TURÍSTICOS (%)								HIRIBERRI	1 apto.
	2019	2018	2017	2016	2015	2014	MEDIA 2015-2019	Días de ocupación	
Enero	25,24	35,26	34,89	33,6	25,72	24,71	29,9	9	
Febrero	31,79	39,77	40,82	29,64	26,36	28,61	32,8	9	
Marzo	36,11	48,35	37,1	43,95	22,18	28,21	36,0	11	
Abril	43,28	45,93	42,18	35,94	40,22	39,93	41,2	12	
Mayo	46,97	46,43	43,47	42,61	44,53	36,76	43,5	13	
Junio	51,04	45,96	41,01	40,55	36,47	34,3	41,6	12	
Julio	44,27	50,26	60,61	63,89	46,08	43,9	51,5	16	
Agosto	71,98	75,78	80,87	72,17	72,93	74,18	74,7	23	
Septiembre	48,93	46,69	54,48	46,31	50,85	45,19	48,7	15	
Octubre	43,75	45,75	46,25	46,71	46,98	41,42	45,1	14	
Noviembre	39,34	41,48	35,58	29,93	31,09	32,73	35,0	11	
Diciembre	37,61	39,06	42,96	39,35	40,12	30,08	38,2	12	
OCUPACIÓN MEDIA	43,36	46,73	46,69	43,72	40,29	38,34	43,2	158	

Estimamos 158 días (43,2%) de ocupación, sobre un total de 365 disponibles.

BAR- CAFETERÍA

La estimación aquí es más aventurada, ante la ausencia de datos oficiales y la gran influencia que tiene la calidad del servicio, la estrategia de marketing y otras cuestiones que tienen que ver con la profesionalidad de la gestión y con el atractivo y la frecuentación del destino.

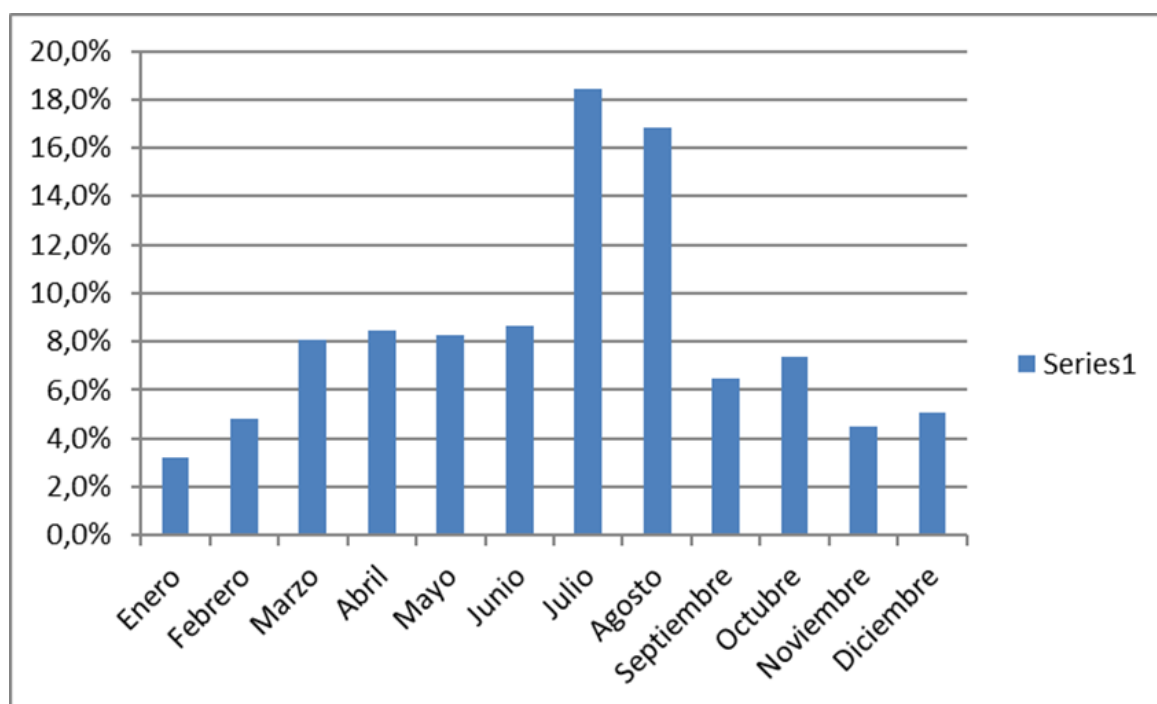
Para tratar de aproximarnos a la demanda, establecemos los siguientes **supuestos de servicio**:

	Días	Horas
Fines de semana y festivos	116	928
Temporada alta (10 semanas)	50	400
Temporada baja	199	1592
Descanso semanal	-52	-416
	313	2.504

Sobre una apertura de 6 días por semana (el día de descanso solo se ofrecen desayunos a personas alojadas, si las hubiera) y de 8 horas por día, establecemos un volumen mínimo de consumiciones por hora y por día.

Horas de apertura diarias			8
		Consumiciones	
Cafés		Al día	Al año
	café / hora fines y alta	5	6.640
	café / hora baja	3	3.528
Cañas / refrescos		6	
	cañas / hora fines y alta	5	6.640
	caña / hora baja	3	3.528
Bocadillos		4	1.252
Almuerzos /comidas /cenas		4	1.252

La **distribución por meses** de estos consumos las realizamos según la demanda del albergue.



Con estos supuestos, las ventas totales en el bar-cafetería serían del tenor siguiente:

	Ventas s. año	café	bebidas	bocadillos	suma de consumiciones	comidas	Al día consumic.	comidas
Enero	3,2%	324	324	40	688	40	25	1
Febrero	4,8%	487	487	60	1.033	60	43	2
Marzo	8,1%	823	823	101	1.747	101	65	4
Abril	8,4%	857	857	106	1.820	106	70	4
Mayo	8,3%	839	839	103	1.781	103	66	4
Junio	8,6%	876	876	108	1.860	108	72	4
Julio	18,4%	1.874	1.874	231	3.980	231	147	9
Agosto	16,8%	1.709	1.709	210	3.628	210	134	8
Septiembre	6,5%	658	658	81	1.398	81	54	3
Octubre	7,4%	748	748	92	1.589	92	59	3
Noviembre	4,5%	457	457	56	970	56	37	2
Diciembre	5,1%	516	516	64	1.095	64	41	2
	100,0%	10.168	10.168	1.252	21.588	1.252	69	4

4.10. ESTRUCTURA DE COSTES

La estimación de los costes del modelo es la siguiente:

Capítulo I. Gastos de personal	58.704 €
Sueldos y salarios (2,25 pp. nivel 3 Conv. Host., jornada completa). Todo el año	45.192 €
Seguridad Social (2,25 pp., nivel 3 Conv. Host., jornada completa). Todo el año	13.512 €
Capítulo II. Gastos corrientes en bienes y servicios	38.793 €
Canon municipal	3.000 €
Electricidad	3.600 €
Agua	540 €
Comunicaciones	720 €
Material fungible, de oficina y de limpieza	1.200 €
Tasa de basuras	300 €
IAE	0 €
Primas de seguro	1.500 €
Servicios bancarios	550 €
Prevención de riesgos y salud laboral	625 €
Asesoría laboral y contable	600 €
Publicidad y propaganda	1.200 €
Compra materia prima servicios de restauración	17.523 €
Compra de leña para la calefacción (gasto compartido con consultorio)	2.000 €
Otros costes e imprevistos	5.000 €
Reposición de ropa de cama, toallas y menaje (anual)	435 €
TOTAL GASTOS DEL MODELO	97.497 €

Nota: los gastos no incluyen IVA en los casos en que las partidas están sujetas a este impuesto.

La estructura de costes no incluye amortizaciones, dado que la inversión corre a cargo de la propiedad (Ayuntamiento) y será puesta a disposición de las personas adjudicatarias de la gestión.

Cabría otro enfoque: la aportación de parte del equipamiento por las personas gestoras que podrían acudir a, por ejemplo, alguna convocatoria del Plan de Desarrollo Rural de Navarra. En este caso, habría que introducir amortizaciones, si bien a efectos contables podría disminuirse el canon para mantener el equilibrio económico-financiero del contrato.

En relación con los **costes de personal**, que suponen el **60% del total**, se han considerado personas asalariadas en régimen general de la Seguridad Social de **nivel 3 del convenio colectivo del sector de hostelería de Navarra**. El salario bruto anual de este nivel es de unos 20.085 €:

Evidentemente, puede haber **otras opciones**, como es el Régimen General de Trabajadores Autónomos (RETA). **Lo que nos indica el cálculo es una cifra de coste salarial bruto, con independencia de la forma de contratación y del régimen de seguros sociales.**

Se contemplan un canon al Ayuntamiento de 3.000 € anuales (partida que podría rebajarse) y de **suministros, seguros, pagos a profesionales, y otros servicios**. Se han estimado, también, gastos en **publicidad y propaganda, materia prima (mercaderías) y en productos para la venta (merchandising)**. Se incluyen gastos de **reposición de menaje y ropa de cama**, así como una partida comodín de **otros costes e imprevistos** (hay que prever que habrá imprevistos).

4.11. INGRESOS

Con las hipótesis formuladas, los resultados son:

ESCENARIO BÁSICO O NORMAL	
INGRESOS	98.202 €
ALBERGUE	34.710 €
APARTAMENTO TURÍSTICO	10.773 €
BAR - CAFETERÍA	49.718 €
OTROS SERVICIOS	3.000 €
GASTOS	97.497 €
Capítulo I. Gastos de personal	58.704 €
Capítulo II. Gastos corrientes en bienes y servicios	38.793 €
BENEFICIO / PÉRDIDA DE EXPLOTACIÓN	704 €

NOTA: todos los ingresos son netos (IVA excluido).

4.12. AUTOMATIZACIÓN. INVERSIONES

La creciente digitalización de la actividad económica, acelerada por la crisis sanitaria, es además de una necesidad una oportunidad.

Entendemos importante, **automatizar labores rutinarias que aportan poco valor pero precisan de tiempo del personal**. Son:

- En el **albergue y el apartamento turísticos**, un **sistema de código de entrada / QR / un dispensador de tarjetas / llaves** de entrada. Tiene dos ventajas: ampliar el horario de entrada y salida, y liberar al personal del albergue de la atadura de un horario rígido para este menester.
- Una **web de reservas con pago por adelantado de los servicios en un entorno seguro**,

Estas inversiones pueden cifrarse en unos **5.000 – 7.000 euros**. No se incluyen en el balance.

Para el albergue sería necesaria la instalación de alguna(s) máquina(s) de *autovending*, cuyo precio en el mercado es de entre 2.000 y 7.000 euros, según productos servidos y grado de sofisticación. Hay alternativas de alquiler y de *renting*.

4.13. SISTEMA DE GESTIÓN.

Las posibilidades de gestión del centro de servicios, vienen establecidas en **la Ley Foral 6/1990**, de 2 de julio, **de la Administración Local de Navarra**, modificada por Ley Foral 11/2004, de 29 de octubre, para la actualización del régimen local de Navarra, y *tamizada* por la Ley Foral 2/2018 de Contratos Públicos. Son:

- I. La **GESTIÓN DIRECTA**, que adoptará alguna de las siguientes **formas**:
 - a. Gestión por la propia entidad local.

Sería el Ayuntamiento quien contratase al personal, asumiese el resto de gastos y cobrase todos los ingresos. La **selección del personal** (normalmente en régimen laboral) debe efectuarse mediante llamamiento / **convocatoria pública** y a través de pruebas basadas en los [principios de mérito y capacidad](#). Para el resto de contratos es de aplicación la Ley Foral 2/2018, de contratos públicos.

Dada la actividad, y a diferencia de otras como la gestión de un aparcamiento o las entradas a un polideportivo o museo, **no presenta una ventaja de tipo fiscal**: las tarifas están sujetas al impuesto. El IVA soportado, tanto de inversiones como de suministros, es deducible.

Varios albergues y aparcamientos rurales son gestionados en Navarra de esta forma.

b. Organismo autónomo local.

Son entes de derecho público, con personalidad jurídica propia y patrimonio, creados por las corporaciones locales para la gestión descentralizada de sus intereses. Su creación, modificación, refundición y supresión corresponderá al Pleno de la entidad local, debiendo quedar adscritos al órgano que establezcan sus Estatutos.

Realizan actividades fundamentalmente administrativas y se someten plenamente al derecho público. Su régimen presupuestario y contable es el mismo que el de la Entidad local principal de la que dependen, con un presupuesto limitativo y con la obligación de elaborar sus cuentas anuales de acuerdo con las Instrucciones de contabilidad pública local. Sus cuentas anuales son parte de la Cuenta General de dicha Entidad principal.

Existen en la Administración foral, pero no tenemos conocimiento de que haya en la local. A priori, **no es de interés** para Hiriberri/Villanueva de Aezkoa.

c. Entidad pública empresarial local.

Son entidades públicas empresariales locales los organismos públicos creados por las entidades locales de Navarra a los que se les encomiende la realización de actividades prestacionales, la gestión de servicios o la producción de bienes de interés público susceptibles de contraprestación. Se rigen por el derecho privado, con las especialidades que se establezcan en la legislación foral reguladora de las Haciendas Locales de Navarra y en su normativa específica.

Realizan actividades de prestación de servicios o producción de bienes susceptibles de contraprestación económica y, aunque en general se rigen por el derecho privado, les resulta aplicable el régimen del derecho público en relación con el ejercicio de potestades públicas y con determinados aspectos de su funcionamiento. Sus cuentas deben rendirse formando parte de la Cuenta General de la Entidad principal, pero se someten al régimen contable privado y su presupuesto no es limitativo.

Existe una a escala navarra (CPEN) y, que sepamos, solo otra a escala local en Tudela. A priori, **no es de interés** para Hiriberri/Villanueva de Aezkoa.

d. Sociedad mercantil cuyo capital social pertenezca íntegramente a la entidad local o a un ente público de la misma.

Estas sociedades se encuentran sometidas en gran medida al ordenamiento jurídico privado y deben ser constituidas con el procedimiento administrativo establecido por la normativa de derecho público y con las formalidades de elevación a escritura pública e inscripción en el Registro Mercantil.

La sociedad es sujeto pasivo del IVA, por lo que repercutirá el impuesto en sus prestaciones de servicios y ventas y lo deducirá de los gastos y compras sujetos. Está sujeta a la Ley foral de contratos públicos.

Es un **modelo bastante utilizado para la prestación de determinados servicios públicos locales: polideportivos, limpieza...** No la entendemos de interés en nuestro caso ya que el volumen de negocio del equipamiento es demasiado pequeño para que sea eficiente.

II. La **GESTIÓN INDIRECTA**, que comprende las siguientes formas:

a. Concesión.

En la concesión administrativa la entidad local encomienda a un particular o entidad el establecimiento a su cargo de un servicio público, mediante la realización de las obras e instalaciones necesarias, y su ulterior gestión, o solamente la prestación del servicio, cuando no requiera obras o instalaciones permanentes o estuviesen ya establecidas.

La gestión del servicio por el concesionario se realizará a su riesgo y ventura.

La retribución del concesionario será la establecida en el acuerdo de concesión pudiendo incluirse en la misma la cesión de tasas, precios del servicio, contribuciones especiales u otras aportaciones.

El concesionario es sujeto pasivo del IVA. No está sometido a la Ley de contratos públicos (aunque sí lo está la concesión desde la entidad local).

Es la figura más habitual de gestión de servicios públicos y por la que nos decantamos, atendiendo a los objetivos del proyecto en su conjunto.

b. Gestión interesada.

Mediante la gestión interesada el particular o empresario presta el servicio y la entidad local asume en exclusiva el resultado de la explotación o lo comparte con el gestor en la proporción establecida en el contrato.

Corresponde a la entidad local la recepción de las tarifas devengadas por los usuarios. Los gastos de explotación se distribuirán entre el gestor y la entidad local en la proporción pactada en el contrato.

La remuneración que el gestor perciba de la Administración podrá consistir, conjunta o aisladamente, en una asignación fija o proporcional a los gastos o beneficios de la explotación. Asimismo, se podrá estipular un beneficio mínimo en favor de cualquiera de las partes asociadas atendiendo a los resultados de la explotación.

Aunque aparece en la en la Ley Foral 6/1990, de 2 de julio, de la Administración Local de Navarra, no está incluida esta figura en la Ley Foral 2/2018 de Contratos Públicos. **No es una figura habitual**, en cualquier caso.

c. Arrendamiento

La prestación de servicios cuyas instalaciones pertenezcan a las entidades locales podrá ser objeto de arrendamiento por canon fijo anual.

Corresponde al arrendatario la percepción de las aportaciones de los usuarios y serán de su cargo los gastos de explotación y las reparaciones necesarias para el buen funcionamiento del servicio. Es posible compensar al arrendatario con una cantidad fija o variable para mantener el equilibrio de la cuenta de explotación.

Antes mayoritario (para recuperar el IVA de las inversiones), **esta forma ha perdido fuerza** una vez ha pasado el punto álgido de las inversiones municipales en materia deportiva y la Hacienda Foral ha endurecido su postura sobre la deducibilidad del IVA.

d. Concierto

Se trata de concertar la prestación de servicios con otros entes públicos o privados y con particulares, utilizando los que éstos tengan establecidos mediante el pago de un precio alzado predeterminado e inalterable por la totalidad del servicio, por unidades o actos. La entidad local puede repercutir en los usuarios el coste de los servicios concertados.

Es de **aplicación básicamente en los sectores de la salud y la educación**, pero no en nuestro caso.

e. Sociedad mercantil o cooperativa, cuyo capital social solo parcialmente pertenezca a la entidad local.

Sistema mixto en el que la Administración y los particulares comparten el capital de una empresa para la gestión de un servicio.

Muy poco o nada utilizada para casos como el que nos ocupa en Navarra.

f. Las demás previstas en la legislación foral reguladora de los Contratos de las Administraciones Públicas de Navarra.

Sería el caso, por ejemplo, de la gestión por parte de alguna entidad o asociación de carácter cultural, a través de un convenio de colaboración entre la propiedad (Ayuntamiento) y la entidad o asociación. Es interesante ya que la participación no tiene carácter de contraprestación y, en determinadas circunstancias, no precisa de contrato público (se aplica la [ley Foral 11/2005, de 9 de noviembre de subvenciones](#)).

No es de aplicación en nuestro caso.

El modelo aquí expuesto se ha realizado de acuerdo con un **sistema de gestión indirecta bajo la forma de concesión (contrato de concesión de servicios)**.

Todas las figuras tienen ventajas e inconvenientes, algunos fiscales y otros de riesgo. Nos inclinamos claramente por la concesión.

Fuere cual fuere el sistema de gestión elegido, la entidad gestora deberá darse de alta en el [Registro de Turismo de Navarra](#), obligatorio tanto para los alojamientos de cualquier tipo como para la realización de actividades de turismo activo y cultural, conforme al artículo 14 de la [Ley Foral 7/2003](#), de 14 de febrero, de Turismo de Navarra.

5. ESTUDIO DE VIABILIDAD

5.1. CUENTA BÁSICA DE RESULTADOS PREVISIONAL

Con los supuestos comentados, podemos establecer una cuenta previsional básica o de escenario normal:

CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL	
ESCENARIO BÁSICO O NORMAL	
INGRESOS	98.202 €
ALBERGUE	34.710 €
APARTAMENTO TURÍSTICO	10.773 €
BAR - CAFETERÍA	49.718 €
OTROS SERVICIOS	3.000 €
GASTOS	97.497 €
Capítulo I. Gastos de personal	58.704 €
Capítulo II. Gastos corrientes en bienes y servicios	38.793 €
BENEFICIO / PÉRDIDA DE EXPLOTACIÓN	704 €

En los anexos aparece el desglose de todos los ingresos y gastos, por partidas y meses.

5.2. ESCENARIOS DE DEMANDA

El contemplado en el apartado anterior, es el básico del modelo. Pero ¿qué ocurriría si la demanda fuese inferior o superior a la estimada?

	ESCENARIO DE DEMANDA NORMAL					ESCENARIO DE DEMANDA PESIMISTA					ESCENARIO DE DEMANDA OPTIMISTA			
	INGRESOS	GASTOS		RESULTADO		INGRESOS	GASTOS		RESULTADO		INGRESOS	GASTOS		RESULTADO
	Ventas	Personal	Otros gastos	Bº / Déficit		Ingresos	Personal	Otros gastos	Bº / Déficit		Ingresos	Personal	Otros gastos	Bº / Déficit
Albergue	34.710 €	58.704 €	38.793 €			27.768 €	58.704 €	35.288 €			41.652 €	58.704 €	42.298 €	
Apartamento	10.773 €					8.618 €					12.928 €			
Bar - cafeteria	49.718 €					39.775 €					59.662 €			
Otros ingresos	3.000 €					2.400 €					3.600 €			
	98.202 €	58.704 €	38.793 €	704 €	Ok	78.561 €	58.704 €	35.288 €	-15.431 €		117.842 €	58.704 €	42.298 €	16.840 €
	El contemplado en el modelo					Demanda 20% inferior					Demanda 20% superior			

Dado que la cuenta previsional se sitúa muy cerca del punto muerto o umbral de rentabilidad, una demanda significativamente menor produce pérdidas, y al contrario. En caso de déficit, la dinámica del negocio disminuiría algunos gastos variables (mercadería, por ejemplo) y en caso de mayor beneficio los aumentaría, como se refleja en el cuadro. No obstante, la mayor parte del gasto puede considerarse fijo.

En relación a los ingresos, las tarifas son susceptibles de aumento, y la demanda está, posiblemente, subestimada, lo que da cierto margen de actuación siempre que la gestión tenga la calidad suficiente.

5.3. PROYECCIONES

Proyectemos los resultados a 5 años con diferentes supuestos tanto de costes e ingresos como de evolución de la demanda:

	ESCENARIO DE DEMANDA NORMAL						ESCENARIO DE DEMANDA PESIMISTA						ESCENARIO DE DEMANDA OPTIMISTA				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	98.202 €	101.148 €	104.182 €	107.308 €	110.527 €		98.202 €	95.256 €	92.398 €	89.626 €	86.937 €		98.202 €	103.112 €	108.267 €	113.681 €	119.365 €
Gastos	97.497 €	99.447 €	101.436 €	103.465 €	105.534 €		97.497 €	98.472 €	99.457 €	100.451 €	101.456 €		97.497 €	98.472 €	99.457 €	100.451 €	101.456 €
	704 €	1.701 €	2.746 €	3.843 €	4.993 €		704 €	-3.217 €	-7.059 €	-10.825 €	-14.519 €		704 €	4.640 €	8.810 €	13.229 €	17.909 €
	Año 1: modelo de demanda normal						Año 1: modelo de demanda normal						Año 1: modelo de demanda normal				
	Crecimiento de las ventas 3% Acumul. anual						Crecimiento de las ventas -3% Acumul. anual						Crecimiento de las ventas 5% Acumul. anual				
	Crecimiento de los gastos 2% Acumul. anual						Crecimiento de los gastos 1% Acumul. anual						Crecimiento de los gastos 1% Acumul. anual				

5.4. NECESIDADES DE FINANCIACIÓN Y SALDOS DE CAJA

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XI
ENTRADAS DE CAJA	3.700 €	5.200 €	8.462 €	8.874 €	7.757 €	8.981 €	19.576 €	17.907 €	9.301 €	7.808 €	5.605 €	5.551 €
ALBERGUE												
Pernotaciones (solo alojamiento)	759 €	1.140 €	1.927 €	2.008 €	1.965 €	2.052 €	4.391 €	4.003 €	1.542 €	1.753 €	1.070 €	1.208 €
Desayunos	89 €	133 €	225 €	234 €	229 €	239 €	512 €	467 €	180 €	205 €	125 €	141 €
Alquiler de sábanas y encimera	106 €	160 €	270 €	281 €	275 €	287 €	615 €	560 €	216 €	245 €	150 €	169 €
Alquiler de toallas	133 €	199 €	337 €	351 €	344 €	359 €	768 €	700 €	270 €	307 €	187 €	211 €
Uso de lavadora	35 €	53 €	90 €	94 €	92 €	96 €	205 €	187 €	72 €	82 €	50 €	56 €
Máquina autovending (compra media)	76 €	114 €	193 €	201 €	197 €	205 €	439 €	400 €	154 €	175 €	107 €	121 €
Bolsas de picnic por encargo	51 €	76 €	128 €	134 €	131 €	137 €	293 €	267 €	103 €	117 €	71 €	81 €
APARTAMENTO TURÍSTICO												
Pernotaciones (con desayuno)	695 €	689 €	837 €	928 €	1.010 €	935 €	1.197 €	1.736 €	1.097 €	1.050 €	788 €	888 €
BAR - CAFETERÍA												
Cafés y similares	389 €	584 €	987 €	1.029 €	1.007 €	1.051 €	2.249 €	2.051 €	790 €	898 €	548 €	619 €
Cañas / refrescos y similares	648 €	973 €	1.645 €	1.714 €	648 €	1.678 €	1.752 €	3.749 €	3.418 €	1.317 €	1.497 €	913 €
Bocadillos	239 €	359 €	608 €	633 €	620 €	647 €	1.385 €	1.262 €	486 €	553 €	337 €	381 €
Comidas / cenas / almuerzos	479 €	719 €	1.215 €	1.267 €	1.240 €	1.294 €	2.770 €	2.525 €	973 €	1.106 €	675 €	762 €
OTROS SERVICIOS												
Convenios varios con la Administración							3.000 €					
SALIDAS DE CAJA	7.057 €	5.502 €	7.454 €	11.073 €	7.780 €	7.818 €	15.058 €	8.945 €	7.627 €	14.952 €	6.572 €	10.247 €
Capítulo I. Gastos de personal												
Sueldos y salarios (extras prorrateadas)	3.766 €	3.766 €	3.766 €	3.766 €	3.766 €	3.766 €	3.766 €	3.766 €	3.766 €	3.766 €	3.766 €	3.766 €
Seguridad Social		1.126 €	1.126 €	1.126 €	1.126 €	1.126 €	1.126 €	1.126 €	1.126 €	1.126 €	1.126 €	1.126 €
Capítulo II. Gastos corrientes en bienes y servicios												
Canon municipal	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	3.000 €	0 €	0 €
Electricidad	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €	363 €
Agua	0 €	0 €	149 €	0 €	0 €	149 €	0 €	0 €	149 €	0 €	0 €	149 €
Comunicaciones	73 €	73 €	73 €	73 €	73 €	73 €	73 €	73 €	73 €	73 €	73 €	73 €
Material fungible, de oficina y de limpieza	121 €	121 €	121 €	121 €	121 €	121 €	121 €	121 €	121 €	121 €	121 €	121 €
Tasa de basuras	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	165 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	165 €
IAE	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Primas de seguro	1.500 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Servicios bancarios	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €	55 €
Prevención de riesgos y salud laboral	0 €	0 €	189 €	0 €	0 €	189 €	0 €	0 €	189 €	0 €	0 €	189 €
Asesoría laboral y contable	61 €	61 €	61 €	61 €	61 €	61 €	61 €	61 €	61 €	61 €	61 €	61 €
Publicidad y propaganda	484 €	0 €	0 €	0 €	484 €	0 €	0 €	0 €	484 €	0 €	0 €	0 €
Compra materia prima servicios de restauración	614 €	922 €	1.559 €	1.625 €	1.590 €	1.661 €	3.554 €	3.239 €	1.248 €	1.419 €	866 €	978 €
Otros costes e imprevistos	504 €	504 €	504 €	504 €	504 €	504 €	504 €	504 €	504 €	504 €	504 €	504 €
Reposición de ropa de cama, toallas y menaje (anual)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	263 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	263 €
IVA repercutido	-65 €	3.055 €	5.447 €	6.424 €	4.939 €	5.840 €	15.373 €	13.989 €	6.503 €	2.212 €	3.512 €	2.698 €
IVA soportado	441 €	-2.584 €	-4.546 €	-5.189 €	-3.726 €	-4.483 €	-13.172 €	-11.710 €	-5.150 €	-1.435 €	-3.012 €	-2.081 €
HFN ACREEDORA IVA				1.749 €			3.805 €			5.833 €		1.118 €
Retenciones IRPF	665 €	665 €	665 €	665 €	665 €	665 €	665 €	665 €	665 €	665 €	665 €	665 €
HFN ACREEDORA IRPF				1.994 €			1.994 €			1.994 €		1.994 €
NECESIDADES (+/-) DE FINANCIACIÓN	-3.357 €	-302 €	1.008 €	-2.199 €	-23 €	1.162 €	4.518 €	8.962 €	1.674 €	-7.144 €	-966 €	-4.695 €
SALDO DE CAJA	-3.357 €	-3.660 €	-2.652 €	-4.851 €	-4.874 €	-3.712 €	806 €	9.768 €	11.442 €	4.298 €	3.331 €	-1.364 €

Se producen ciertas tensiones de tesorería en los periodos de baja afluencia. Ello precisaría de fondos propios o ajenos (endeudamiento) para hacer frente a los pagos, si bien las cantidades son muy modestas.

5.5. UN APUNTE SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO

FASES DE PROYECTO Y OBRA

La generación de empleo en construcción de infraestructuras es significativamente mayor que en otros sectores, como muestran otros estudios econométricos del [impacto FEDER](#), por ejemplo, que sitúan esa creación en la horquilla 4-10 empleos por millón de euros en las regiones más desarrolladas, como Navarra (la variación depende de los objetivos temáticos de FEDER).

En efecto, un [estudio reciente](#) de la Comisión de Edificación y Urbanismo del Colegio y Asociación de Ingenieros Industriales de Madrid, a propósito de la pandemia sanitaria, indica que cada millón de euros adicional de inversión pública en infraestructuras generaría:

- Un millón de euros directos, un millón de euros indirectos en el resto de los sectores productivos y 1,6 millones de euros adicionales inducidos por los hogares. En total, 3,6 millones de euros.
- 800.000 euros de rentas salariales totales.
- Nueve empleos equivalentes a tiempo completo directos, siete indirectos y siete inducidos. Un total de 23 empleos.

En nuestro caso, el impacto y el empleo generados (sin contar equipamiento) sería:

Inversión	653.988 €				
Efecto directo	653.988 €				
Efecto indirecto	653.988 €				
Efecto inducido en los hogares	1.046.381 €				
IMPACTO TOTAL	2.354.357 €				
Rentas salariales totales	523.190 €				
Empleo directo	2,25	Jornadas equivalentes a tiempo completo			
Empleo indirecto	4,58	Jornadas equivalentes a tiempo completo			
Empleo inducido	4,58	Jornadas equivalentes a tiempo completo			
TOTAL EMPLEO GENERADO	11,41	Jornadas equivalentes a tiempo completo			

Un asunto interesante es el **retorno fiscal**. Se entiende por tal el **porcentaje que la Administración recupera vía impuesto al acometer obra pública o conceder ayudas para hacerlo**. El conocido [informe de SEOPAN](#) estima que para el gasto en el sector de la construcción y obra pública el retorno fiscal a la Administración se sitúa en el entorno del 49% (en realidad, en un poco menor, sobre el 45,4% por ajustes de IVA). Esto quiere decir que por cada 100.000 euros de gasto, la Hacienda pública recupera 45.400 de forma casi inmediata. El retorno se produce de forma directa (impuestos indirectos –IVA–, directos –IRPF, IS– y cotizaciones sociales, un 39%) y de forma indirecta (ahorro en prestaciones sociales, un 10%).

En nuestro caso, sería:

Inversión	653.988 €	
RETORNO FISCAL		
IVA sobre nueva demanda final	113.502 €	
Impuestos s/ Consumos Intermedios	19.620 €	
Cotizaciones a la Seguridad Social	58.859 €	
IRPF sobre Remuneración de Asalariados	19.620 €	
Impuesto sobre Sociedades	19.620 €	
Prestaciones por desempleo	65.399 €	
TOTAL RETORNO FISCAL	296.619 €	45,4%

FASES DE EXPLOTACIÓN

Durante la fase de explotación, se estima la creación de **2,25 empleos directos en jornada equivalente a tiempo completo** (estudio de viabilidad en realización), **que podrían distribuirse entre tres personas a dos tercios de jornada** (lo que permitiría la compatibilización con otras actividades).

Utilizando multiplicadores comúnmente aceptados (Cuenta Satélite nacional de Turismo), el empleo generado total en la fase de explotación será:

FASE DE EXPLOTACIÓN	
Empleo directo	2,25
Empleo indirecto	1,55
Empleo inducido	0,93
TOTAL EMPLEO INDIRECTO	4,73

De acuerdo con el perfil del visitante, el **impacto económico agregado** del turismo en la Selva de Irati en su parte aezkona, sería:

Aezkoa		
	Excursionista	Turista
	60%	40%
	28,83 €	62,90 €
64.520	1.115.921,91 €	1.623.323,20 €
gasto medio	42,46 €	
gasto agregado	2.739.245,11 €	

El centro de servicios turísticos producirá, con los supuestos establecidos, un incremento del gasto agregado:

CENTRO DE SERVICIOS TURÍSTICOS		
Albergue		34.710,25 €
Apartamento		10.773,02 €
Bar - cafet.		49.718,40 €
Facturación		95.201,67 €
Incremento agregado		370.766,08 €
Impacto		465.967,75 €
Retorno	visitantes	69.895,16 €
	equipamiento	18.877,00 €
	TOTAL	88.772,16 €

La facturación se corresponde con el volumen de negocio del equipamiento. El incremento agregado sería el gasto medio en Aezkoa multiplicado por el objetivo de visitantes estimado en el estudio de viabilidad. **El impacto económico sería de 465.968 € anuales**, suma de los dos conceptos anteriores.

Con ese dato podemos calcular el retorno fiscal, que tiene dos componentes: gasto de los visitantes (impuestos sobre el consumo) y gasto del equipamiento (consumos del mismo e IRPF de las personas trabajadoras). En total **unos 88.772 € anuales de retorno a las arcas forales en la fase de explotación**.

SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

Como se ha indicado más arriba, **el equipamiento es viable económicamente** estableciendo unos supuestos de ingresos y gastos razonables. Si a ello añadimos la otra pata del proyecto, la inversión en conocimiento (emprendimiento) **hay garantía de sostenibilidad en el tiempo**.

Veamos algunos números, a modo de ejercicio académico:

BALANCE DE LA HACIENDA FORAL		
Ayuda (70%)	457.792 €	
Retorno fiscal de la obra	296.619 €	
Retorno anual en explotación	81.125 €	
<i>Pay-back</i> tras apertura	2 años	
TIR a 5 años	19,0%	
TIR a 10 años	26,1%	

La ayuda concedida al proyecto por parte de la Dirección General de Proyectos Estratégicos (457.792 €), tiene un balance para la Hacienda foral, *caeteris paribus*, excelente. Las personas contribuyentes recuperaríamos nuestra inversión en dos años desde la apertura (*pay-back*). La tasa interna de retorno (TIR) mide la rentabilidad de la inversión: es un proyecto de interés indudable desde este punto de vista.

Ampliamos el foco y consideremos el conjunto de la inversión: además de la ayuda de esta convocatoria podría haber otras más pequeñas y el resto sería aportado por el Ayuntamiento de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa. El **balance del sector público en su conjunto** sería:

BALANCE DEL SECTOR PÚBLICO	
Inversión	653.988 €
<i>Pay-back</i> tras apertura	10 años
TIR a 5 años	3,3%
TIR a 10 años	13,5%

En este caso debemos considerar el total de la inversión, no la ayuda. Aquella se recupera en 10 años. Las TIR son notables.

Hemos afirmado antes que **la iniciativa privada difícilmente acometería esta inversión y que, en consecuencia, no se le hace competencia desleal desde lo público**. Veámoslo:

INICIATIVA PRIVADA sin ayudas	
Inversión	-540.486 €
Retorno anual	6.209 €
<i>Pay-back</i>	88 años
TIR a 5 años	-53,9%
TIR a 10 años	-27,5%
TIR a 20 años	-11,2%
TIR a 30 años	-5,8%

Consideramos la inversión sin IVA (es deducible). Aunque la generación de caja es igual, la amortización de la inversión pasa a ser de 88 años. Todas las TIR son negativas. Sería una **pésima inversión desde la óptica privada**.

6. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

FASE I	
Describa someramente el/los recurso(s) turístico(s) que desea desarrollar (Nota 1)	Hiriberri/Villanueva de Aezkoa es una de las mejores muestras de pueblo tradicional aezkoano. Cuenta con las casas más antiguas del Valle, con 4 hórreos (declarados BIC), una Reserva Natural (Tristuibartea) y es final y comienzo de etapa de la GR-11 (Senda Pirenaica). Se sitúa cerca de la entrada aezkona a Irati, el principal recurso turístico de la zona. El proyecto busca mejorar el atractivo de recepción turística, a través de la creación de hito público con alojamiento (albergue y apartamento), bar-cafetería y oferta de actividades-productos.
Enumere los objetivos turísticos de la explotación o gestión del recurso o destino (localidad, zona...)	El objetivo principal es desarrollar la oferta turística de la localidad, promoviendo el emprendimiento, generando empleo u oportunidades laborales, diversificando el tejido económico local (muy enfocado al sector primario), a la par que mejorando los servicios a disposición de la población residente y aprovechando el patrimonio edificado público sin uso.
Indique qué datos/estudios tiene sobre la demanda: estadísticas, caracterización del visitante, modelo de explotación, plan de viabilidad, otros	Se ha desarrollado un perfil del visitante, lo que junto a datos de afluencia a la Selva de Irati y a la GR-11 nos permite aproximarnos a la demanda potencial y a las expectativas de la clientela potencial. El equipamiento en desarrollo cuenta con un plan de viabilidad y un modelo de gestión. Ha sido reconocido como proyecto tractor por la Dirección General de Proyectos Estratégicos.
Describa quién lidera el proyecto y qué otros actores (públicos y privados) intervienen	El proyecto está liderado por el Ayuntamiento de Hiriberri/Villanueva de Aezkoa. Cuenta con el apoyo de la Junta General del Valle de Aezkoa y con el de la Federación Navarra de Montaña y Escalada. Se han celebrado reuniones informativas con la población local y la idea ha sido muy bien acogida por las personas participantes.
Comente qué ideas tiene sobre la promoción, comercialización y marketing del recurso	La gestión del equipamiento va a ser de tipo indirecto, a través de un contrato de gestión de servicios. Será(n) la(s) persona(s) adjudicataria(s) quien(es) desarrolle(n) la promoción, comercialización y marketing del hito. El papel del Ayuntamiento pasa por crearlo, financiarlo y hacer lo posible para que se integre con otros recursos del Valle de Aezkoa y del Pirineo.
Indique si su idea está alineada con el Plan Estratégico de Turismo de Navarra y estrategias complementarias y por qué (Nota 2)	Hiriberri/Villanueva de Aezkoa tiene recursos turísticos, pero muestra una de las carencias que se recoge en el PETN: <i>Hay una cierta debilidad en la transformación de los recursos turísticos desde su condición de capital natural, cultural o paisajístico a producto turístico, es decir, que puedan ser aprehendidos por el visitante y que generen valor económico.</i> El proyecto se alinea con los objetivos específicos A3, B1, C1, C2, C3, C4, D4, E1 y E2 del PETN, así como con el Plan de Pirineo y con los ODS.
Señale qué autorizaciones / permisos / títulos o contratos de propiedad o gestión dispone o necesita para el desarrollo del recurso	El edificio en el que se actúa es propiedad del promotor (Ayuntamiento). Se cuenta con licencia de actividad clasificada y de obras. A la terminación del mismo, se solicitarán las 3 licencias de apertura, sin que se esperen contratiempos. La gestión será licitada conforme a lo establecido en la ley foral 2/2018, de 13 de abril, de contratos públicos.
Indique qué recursos económicos está dedicando al turismo en su localidad (Nota 3)	Hiriberri/Villanueva de Aezkoa es una localidad pequeña (100 habitantes) y de presupuesto exiguo (156.045 € de obligaciones reconocidas netas en 2020). No cuenta con técnico de turismo, pero sí con web local y del valle con información turística. El GAL Cederna-Garalur presta asistencia en la materia. La actuación es de envergadura muy elevada: 751.988 €; cuenta con una ayuda de 457.792 € y espera recibir otras por otros 100.00 €; el resto (unos 195.000 €) son fondos propios, lo que indica la apuesta por el turismo del Ayuntamiento.

NOTA: la evaluación se refiere a Hiriberri/Villanueva de Aezkoa.

OFERTA				
1.	Situación del recurso(s)	Pirineos Orientales	X	
		Baztan-Bidasoa		
		Plazaola-Sakana-Ultzama		
		Tierra Estella-Lizarralde		
		Zona Media-Sangüesa		
		La Ribera		
		Pamplona/Iruñea		
2	Recurso(s) turístico(s) del destino: culturales, naturales, inmateriales, eventos			
			Existente	Proyectado
	Lugar o lugares con algún grado de protección	Sí. Figura protección nacional / internacional (Unesco, Red Natura 2000, LIC, UE...)	X	X
		Sí. Figura protección provincial (Parque natural, Reserva Natural, BIC, Camino Santiago)	X	X
		Sí. Protección en Plan Municipal o normas locales...	X	X
	Aparcamiento	Aparcamiento acondicionado en lugar idóneo		
		Aparcamiento acondicionado en lugar poco idóneo		
		Aparcamiento no preparado o insuficiente en espacio	X	X
	Servicios higiénicos de titularidad pública y uso libre	Sí en el lugar		X
		Sí, a 250 m		
		Sí, a más de 250 m		
	Señalización turística del recurso en carreteras	Señalización en mas de una vía		X
		Señalización en una vía		X
		Señalización en la localidad		X
	Señalización in situ	Paneles explicativos o señales turísticas completos y en buen estado o uso de TICs	X	X
		Paneles explicativos o señales turísticas en mal estado, pero legibles		
		Paneles explicativos ilegible, ausencia de señales turísticas, con estructura reutilizable		
	Estado de conservación del recurso	Muy bien conservado		X
		Deteriorado pero visitable		
		Mal conservado	X	
	Existencia de información on line	En web www.turismo.navarra.es	X	X
		En web zonal (consorcio, asociación, valle)	X	X
		En web del ayuntamiento o del propio sendero	X	X
	Presencia en publicaciones turísticas off line	Presencia en folletos de la DG Turismo GN	X	X
		Presencia en folletos de Consorcios, Entidades, asociaciones		X
		Mencionado en soportes locales (plano, folleto, guía)		
	Presencia en Internet en la búsqueda nombre de localidad + turismo o página web si dispone de ella	Más de 500.000 resultados en Google		
		Entre 250.000 y 500.000 resultados en Google		X
		Entre 250.000 y 100.000 resultados en Google	X	
	Gestión turística profesional del destino / recursos	Anual/invernal		X
		Primavera a otoño		
		Temporada alta (Semana Santa y verano)		

OFERTA				
3 Oferta turística				
			Existente	Proyectado
Oferta de alojamiento	Más de 50 plazas			X
	Entre 25 y 50 plazas		X	
	Mínimo de 25 plazas			
Oferta de restauración	Más de 50 plazas			X
	Entre 30 y 50 plazas		X	
	Mínimo de 30 plazas			
Oferta comercial	3 o más (de ellos al menos uno de alimentación)			
	2 o más (de ellos al menos uno de alimentación)			
	1			
Infraestructuras turísticas (oficina de turismo, punto de información, centro de interpretación, museo,...)	3 o más			
	2			
	1			X
Oferta de lugares en la naturaleza (senderos balizados, área natural recreativa, recorrido cicloturista balizado, piscina fluvial,...)	3 o más		X	X
	2			
	1			
Oferta de lugares monumentales	Visitables todo el año			
	Visitables bajo demanda, todo el año			X
	Visitables en temporada (mínimo 2 meses)			
Oferta de actividades turísticas	Estable, todo el año			X
	En temporada			
	Muy ocasional			

DEMANDA				
1. Datos directos de conocimiento				
			Existente	Proyectado
Sistema de conteo de visitantes	5 o más años de estadísticas			
	Entre 1 y 5 años de estadísticas			
	Menos de 1 año de estadísticas			
Informe o estudio de caracterización / perfil del visitante	Existe y permite un buen conocimiento de la demanda			X
	No existe pero hay información no estructurada que permite aproximarse al tipo de visitantes			
Volumen de visitantes en la oficina de turismo si existe (media últimos 3 años)	Más de 50.000 al año			
	Entre 25.000 y 50.000 al año			
	Menos de 25.000 al año			
Volumen de visitantes en la oficina de turismo más próxima (si no dispone de oficina propia). Distancia máxima 15 Km	Más de 75.000 al año			
	Entre 50.000 y 75.000 al año			
	Menos de 50.000 al año		X	X
2 Datos indirectos				
			Existente	Proyectado
Facebook	El recurso tiene más de 100 reseñas anuales			
	El recurso tiene entre 50 y 99 reseñas anuales			X
	El recurso tiene menos de 50 reseñas anuales		X	
Instagram	El recurso tiene más de 100 reseñas anuales			
	El recurso tiene entre 50 y 99 reseñas anuales			X
	El recurso tiene menos de 50 reseñas anuales		X	
Twitter	El recurso tiene más de 100 reseñas anuales			
	El recurso tiene entre 50 y 99 reseñas anuales			
	El recurso tiene menos de 50 reseñas anuales		X	X
Página web turística propia o apartado turístico en la web local	El número de visitas es superior a 10.000			
	El número de visitas anuales es de entre 5.000 y 10.000			
	El número de visitas es inferior a 5.000		X	

MODELO TURÍSTICO					
		1 Criterios generales		Existente	Proyectado
		Escalabilidad	El proyecto puede acometerse por fases El proyecto debe ser acometido en su integridad		X
		Transferibilidad	El proyecto puede ser replicado en otro destino / recurso y es novedoso No puede ser replicado pero es singular y único Puede ser replicado pero no es novedoso		X
		Participación en redes o experiencia en proyectos de cooperación de la entidad promotora	En algún proyecto o red con co-financiación de la Unión Europea Con otros recursos de Navarra Con otros recursos en la localidad o valle		X X
		Implicación de otras esferas de la Administración o del tejido asociativo local	Hay otras administraciones Hay asociaciones implicadas	X X	X X
		2 Sostenibilidad en el destino (no en el recurso)		Existente	Proyectado
		Agenda Local 21, Pacto de alcaldes, Agenda 2030	La localidad cuenta con alguno de ellos	X	X
		El micro-destino cuenta con: ordenanzas municipales ambientales, medidas de movilidad sostenible implantadas, medidas de eficiencia energética implantadas en locales públicos,...)	Cuenta con 3		
			Cuenta con 2		
			Cuenta con 1		
		3 Accesibilidad en el destino (no en el recurso)		Existente	Proyectado
		La información turística de la web del destino cumple el protocolo WAI			X
		4 Innovación		Existente	Proyectado
		Se han adecuado en los tres últimos años espacios para usos turísticos			
		Se han desarrollado en los tres últimos años nuevos productos turísticos			
		Se van a adecuar nuevos espacios para usos turísticos			X
		Se van a desarrollar nuevos productos turísticos			X
		5 Tecnología		Existente	Proyectado
		El destino dispone de página web turística o con apartado sobre turismo en la web local		X	X
		Existe una plataforma de comercialización online para recurso(s) turístico(s) públicos o privados			X
		El destino dispone de alguna otra aplicación TIC (app, realidad virtual, web cam u otras)			X

MODELO DE EXPLOTACIÓN				
1 Viabilidad económica			Existente	Proyectado
	Existencia de una memoria general con datos económicos	Existe y es muy detallado y razonable Hay un plan pero poco desarrollado	X	
	Estudio de viabilidad	Existe y es muy detallado y razonable Hay un estudio pero no es detallado	X	
	Modelo de gobernanza	Existe y es muy detallado y razonable Hay un modelo pero poco desarrollado	X	
	Creación de empleo con este proyecto	Mayor de 2 puestos de trabajo		X
		Entre 1 y 2 puestos de trabajo		
		Menos de 1 puesto de trabajo		
	Los recursos económicos propios que la entidad promotora va a destinar a la gestión del recurso supondrán un incremento en su presupuesto anual del	Mayor al 50% respecto a la situación actual		X
		Entre el 25% y el 50%		
		Inferior al 25%		
	Gestión del recurso	Público - privada		X
		Solo pública o solo privada		
2 Viabilidad social			Existente	Proyectado
	El ratio inversiones / empleos creados es	Inferior a 25.000 €		
		Entre 25.000 y 50.000 €		
		Mayor de 50.000 €		X
	Los salarios / ingresos de las personas trabajadoras	Son superiores a 2 veces el Salario Mínimo Interprofesional		
		Son entre 1,5 y 2 veces el Salario Mínimo Interprofesional		X
		Son entre 1 y 1,49 veces el Salario Mínimo Interprofesional		
	La tasa de desempleo de la localidad del recurso es (Navarra 11,65% 2020)	Mayor a 1,2 veces la de Navarra		
		Entre 1 y 1,2 veces la de Navarra		
		Inferior a la media de Navarra	X	X



Gobierno de Navarra Nafarroako Gobernua

Esta actuación ha recibido una subvención del Gobierno de Navarra en virtud de la convocatoria de subvenciones para la realización de diagnósticos, planes y análisis empresariales en materia de comercio y turismo de 2021

ANEXO (PÁGINAS SIGUIENTES)

ANEXO 1: ENCUESTA A VISITANTES. HIRIBERRI - AEZKOA

Buenos días / tardes, estamos recogiendo información para el desarrollo sostenible del turismo en la zona, ¿sería tan amable de responder a unas preguntas? Serán 5 minutos. Muchas gracias.

Lugar de realización							
Hiriberri / Villanueva de Aezkoa				Arrazola (Irati)		Aribe (OIT)	
2. Residencia							
Navarra		País Vasco		Aragón		Com. De Madrid	
Andalucía		C. Valenciana		Catalunya		Resto España	
Francia		Resto Europa		Resto del Mundo			
3. Edad		4. Nº de veces que ha visitado esta zona:			5. Nº de personas con las que viaja (incluyendo la persona encuestada):		
18 - 25 años		1			1		
26 - 35 años					2		
36 - 45 años		2			3		
46 - 55 años					4		
56 - 65 años		3 ó más			5		
> 65 años					Más de 5 (especificar):		

6. ¿Cuántas noches estará en esta zona?									
1	2	3	4	5	6	7	Más de 7	No estoy alojado en la zona	
6.1. En caso de que no esté pernoctando en la zona, ¿estaría interesado/a en hacerlo?									
Sí		No				Otro:			
7. ¿En qué localidad se aloja?									
Hiriberri / Villanueva de Aezkoa						Ochagavía			
Aribe						Ezcaroz			
Pamplona / Iruña						Otra localidad:			
8. Tipo de alojamiento									
Casa rural			Apartamento rural			Camping			
Hotel/Hostal/Pensión			Autocaravana/furgoneta (no camping)			Casa / Apto. por Airbnb, Homestay, etc			
Otro:									

9. ¿Cuáles de los siguientes recursos turísticos ha visitado?			
Hiriberri / Villanueva de Aezkoa		Selva de Irati	
GR-11		Fábrica de Armas de Orbaizeta	
Ochagavía		Embalse de Itoiz / Nagore	
Megalitos		Torre de Urkulu	
Cueva de Arpea		Camino de Santiago	
Otros:			
10. ¿Cómo ha conocido o se ha enterado de la existencia de esta zona?			
Oficina de Turismo		Web Oficial de Turismo de Gobierno de Navarra	
Blog de Viajes		Redes Sociales	
En el alojamiento		Folletos	
Pasaba por aquí		Recomendación de amigos / familiares	
Web de Turismo de la zona		Ya lo conocía	

	Otro:		
10.1. Si ha seleccionado la casilla "Redes sociales", indique a través de cuáles ha conocido la zona:			
	Facebook		Youtube
	Instagram		Twitter
			TikTok
			Strava

11. ¿Qué actividades ha realizado en esta localidad / recurso turístico?	
Paseo corto (< 5 km.)	Etapa de GR (Gran Recorrido)
Paseo medio (> 5 km.)	Paseo en bici
Paseo largo (> 10 km.)	Visita a los hórreos
Compra de productos	Otras:

12. Indique a continuación qué es lo que más le ha gustado de este lugar (máx. 3 ítems)	13. Indique a continuación qué es lo que menos le ha gustado de este lugar (máx. 3 ítems)
---	---

1.	1.
2.	2.
3.	3.

14. ¿Cuánto tiempo en total ha estado hoy visitando la zona?	15. ¿Recomendaría a otras personas la visita a esta zona?
--	---

Menos de 1 h.	Sí
1h. - 3h.	No
3h. - 6h.	No sé
6h. - 10h.	
Más de 10h.	

16. En conjunto, ¿le ha gustado la visita a este lugar?				
---	--	--	--	--

Nada				Mucho
1	2	3	4	5

A continuación, se le formulan una serie de preguntas acerca de los gastos llevados a cabo durante su viaje.

17. En total, el conjunto de personas que viajan (pareja, familia, usted, grupo), ¿cuánto estiman que han gastado en Navarra en su viaje? Indicar únicamente la cifra en €.	
---	--

18. ¿Cuánto han gastado en cada una de las siguientes categorías? (Indicar cifra en €)	
--	--

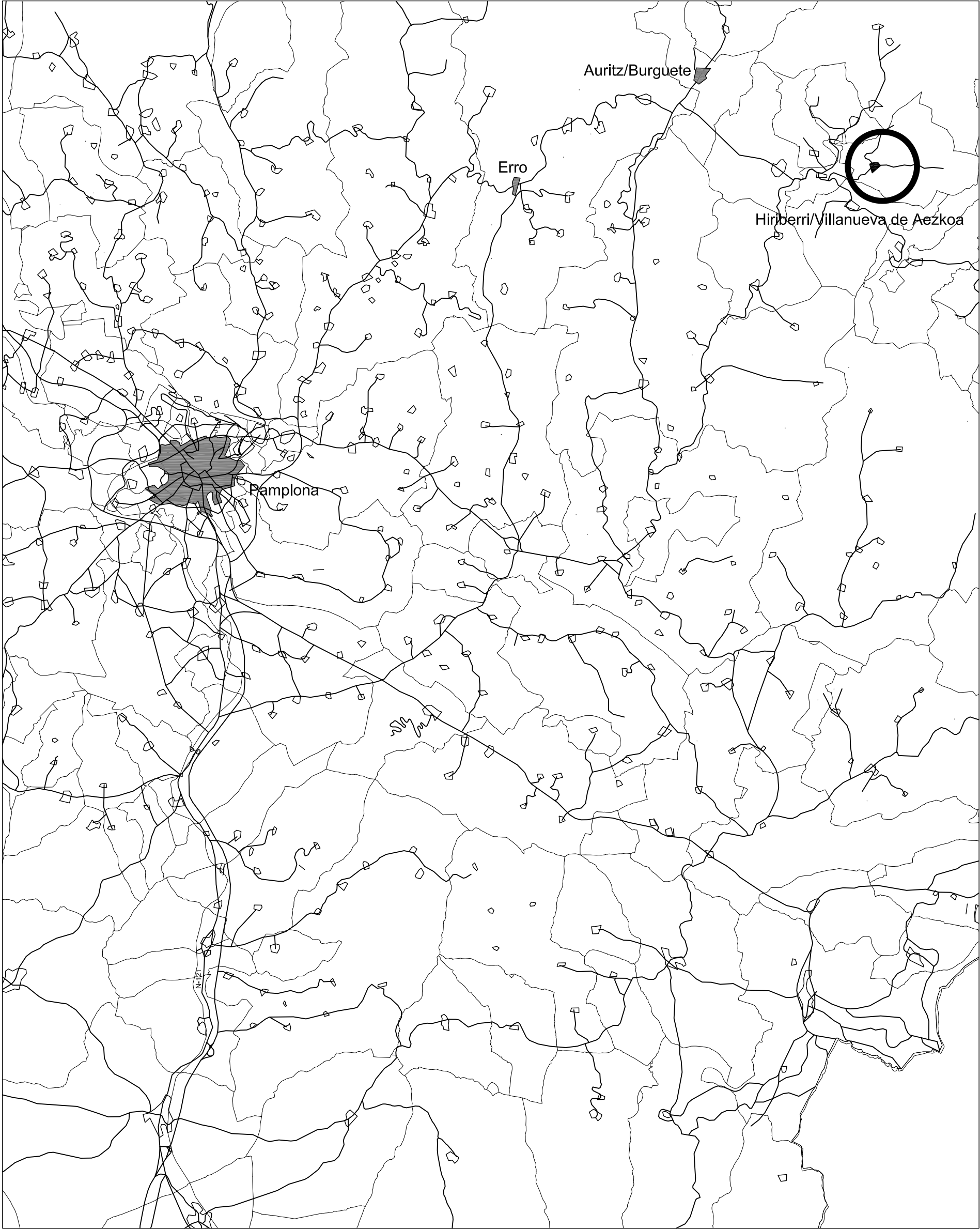
1. Alojamiento	
2. Comidas	
3. Combustible	
4. Compras	
5. Actividades	
6. Otros	

19. A continuación, indique cuáles de los gastos mencionados anteriormente ha realizado en este valle, y cuál ha sido el importe:			
---	--	--	--

	Sí	No	Importe (en €)
1. Alojamiento			
2. Comidas			
3. Combustible			
4. Compras			
5. Actividades			
6. Otros			

Muchísimas gracias por su tiempo. Su información es de mucha utilidad para nosotros. ¡Disfruten de su viaje!

ANEXO II. PLANOS DEL CENTRO DE SERVICIOS TURÍSTICOS



SITUACIÓN



EMPLAZAMIENTO

ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

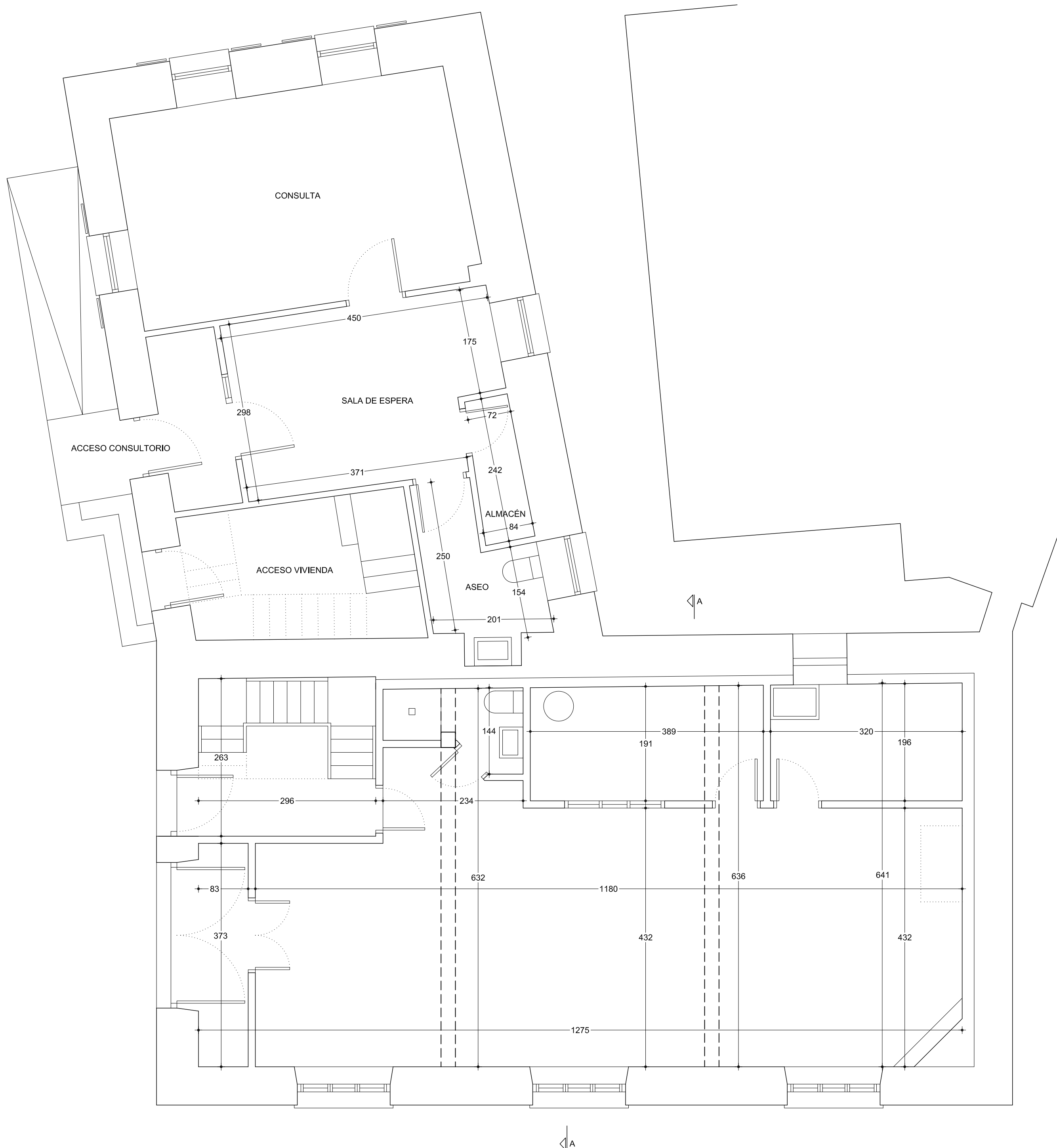
Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin

15
10
5
0

0.01 Situación
Emplazamiento

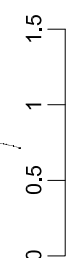
1/350
Junio 2021

La propiedad	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución	Hiriberri Lanean
Emplazamiento	C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa



ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

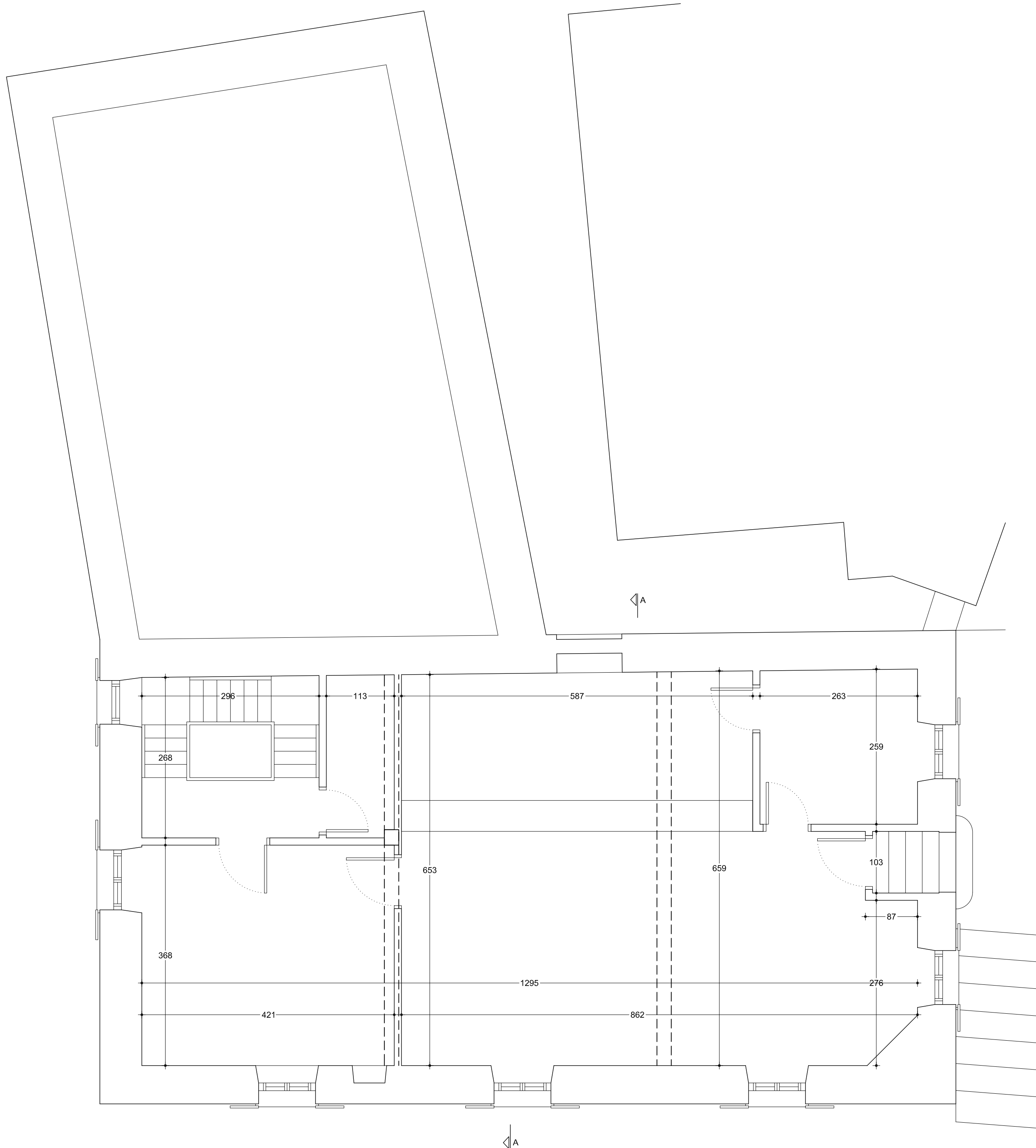
Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin



1.01 Estado actual
Planta baja

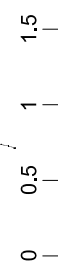
1/50
Junio 2021

La propiedad	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución	Hiriberri Lanean
Emplazamiento	C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa



ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3. bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

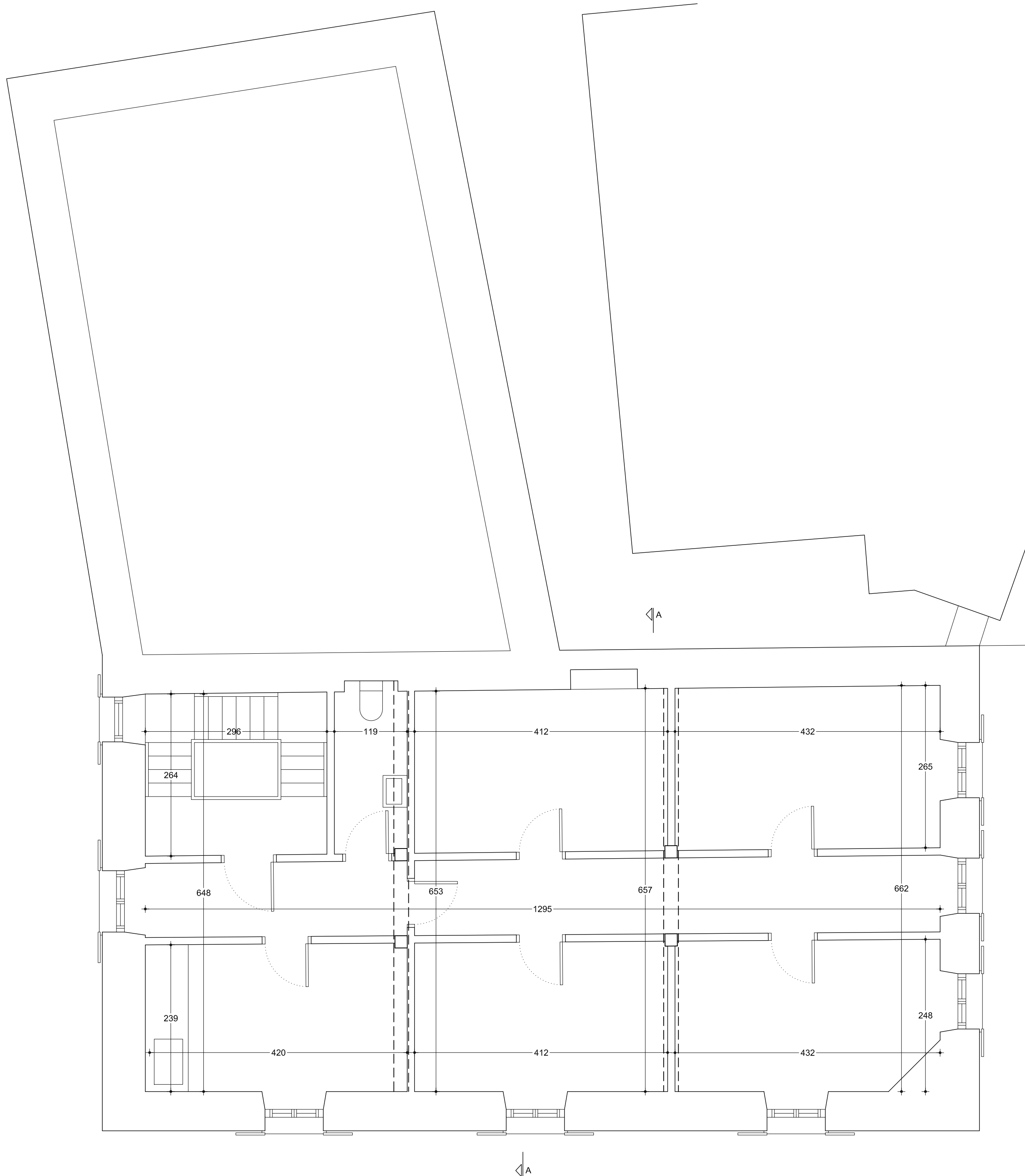
Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin



1.02 Estado actual
Planta primera

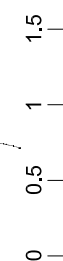
1/50
Junio 2021

La propiedad	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución	Hiriberri Lanean
Emplazamiento	C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa



ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

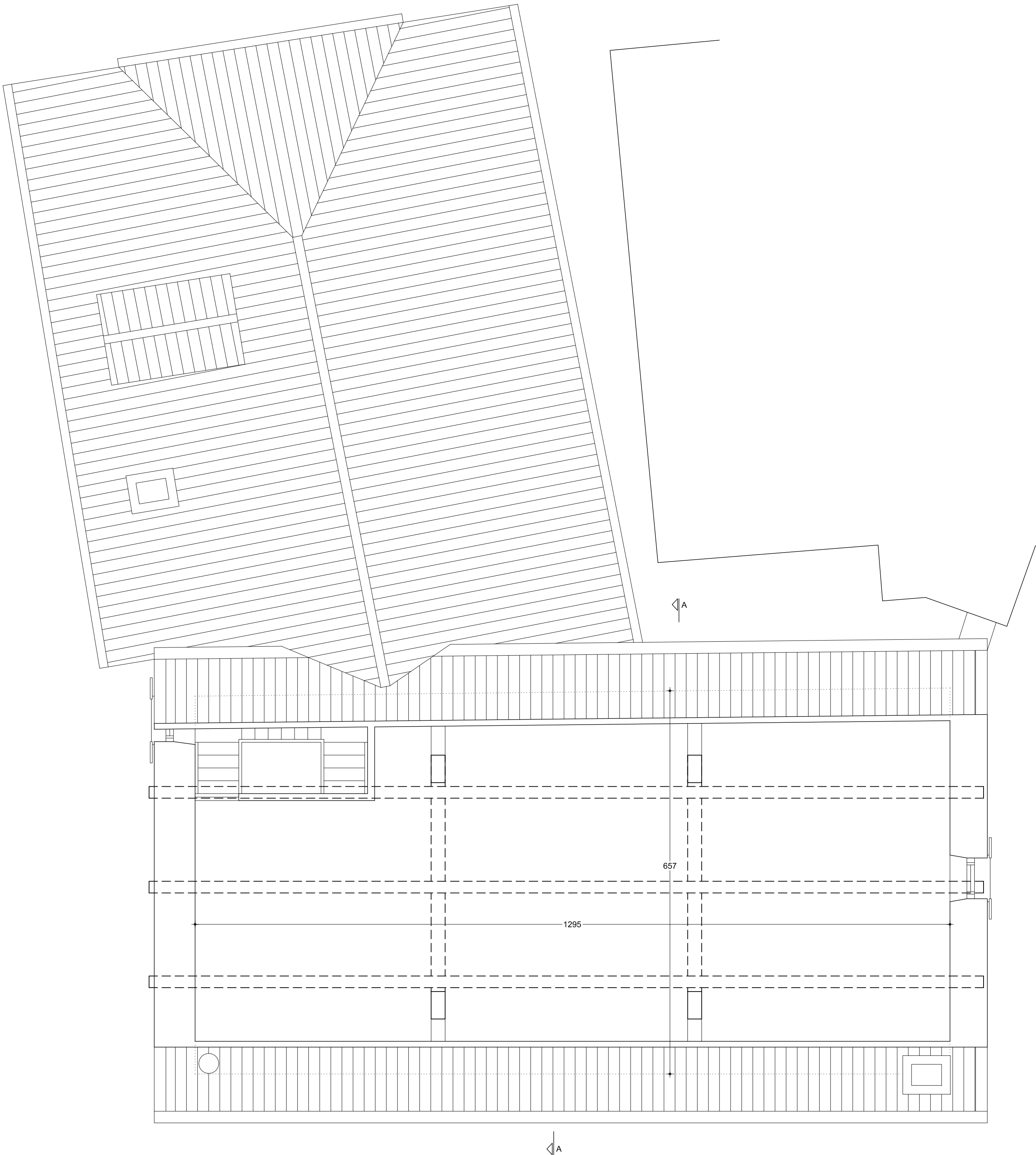
Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin



1.03 Estado actual
Planta segunda

La propiedad	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución	Hiriberri Lanean
Emplazamiento	C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa

1/50
Junio 2021



ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

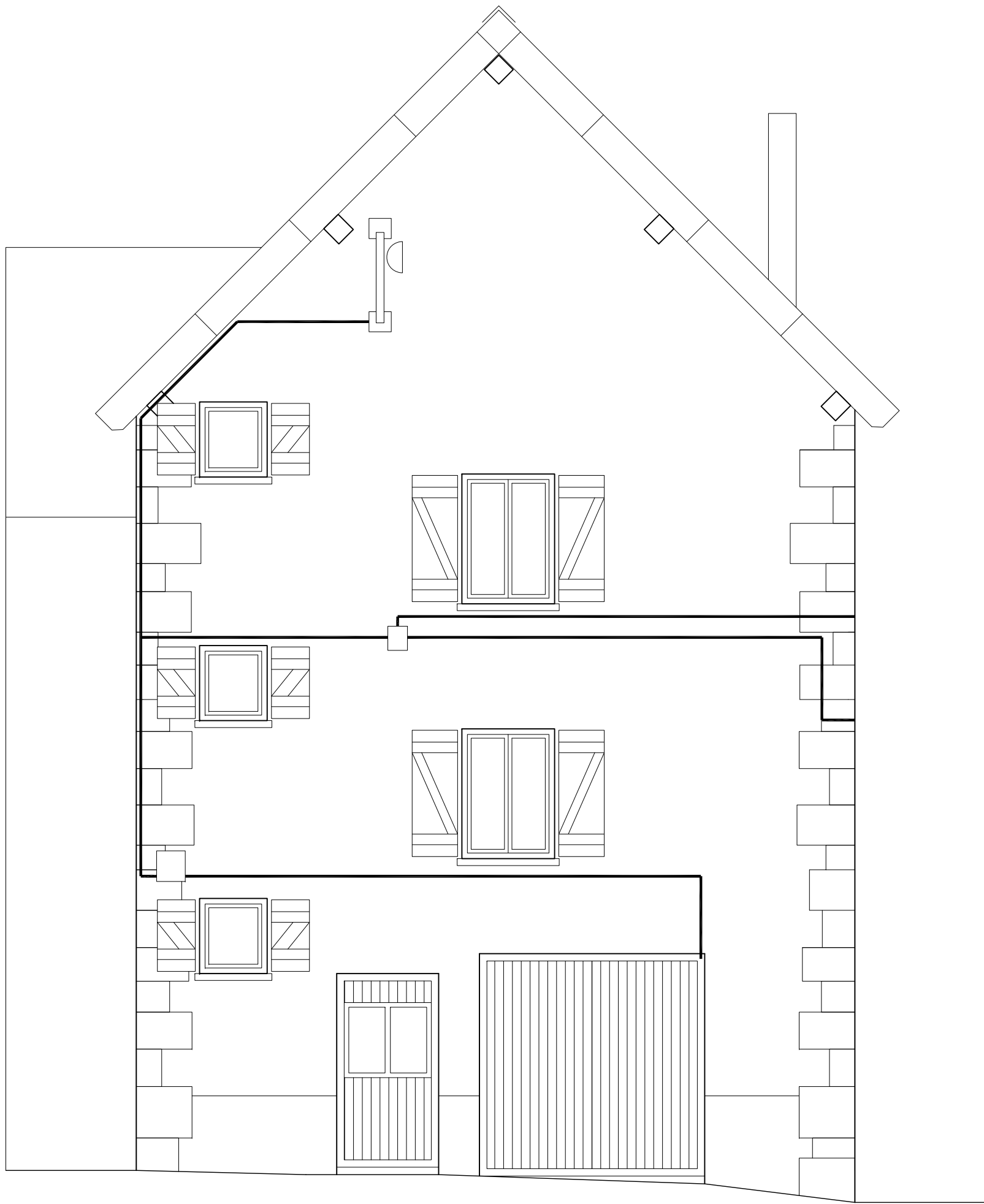
Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin

0 0,5 1 1,5

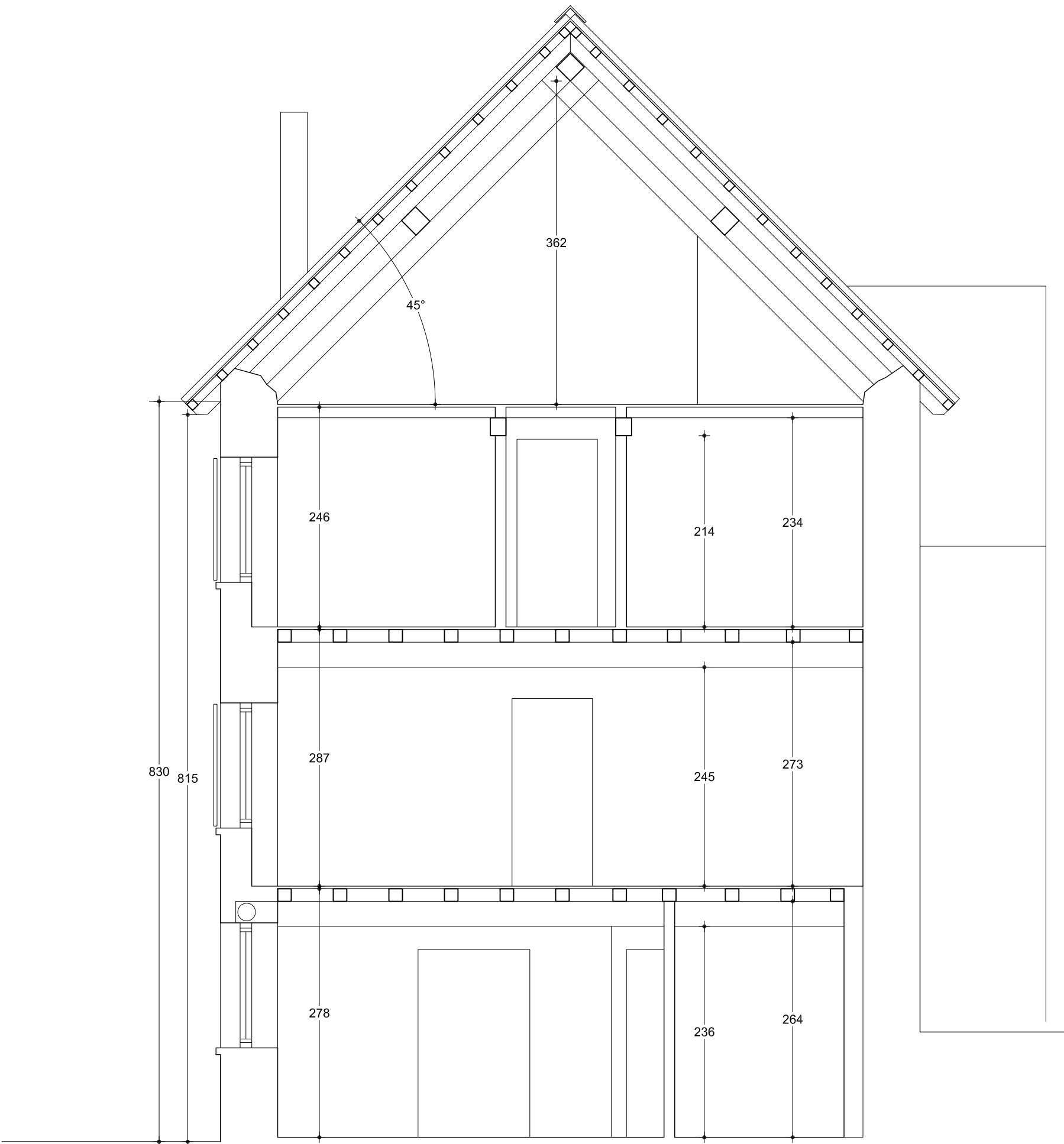
1.04 Estado actual
Planta bajocubierta

La propiedad	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución	Hiriberri Lanean
Emplazamiento	C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa

1/50
Junio 2021



ALZADO OESTE



SECCIÓN A

ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin

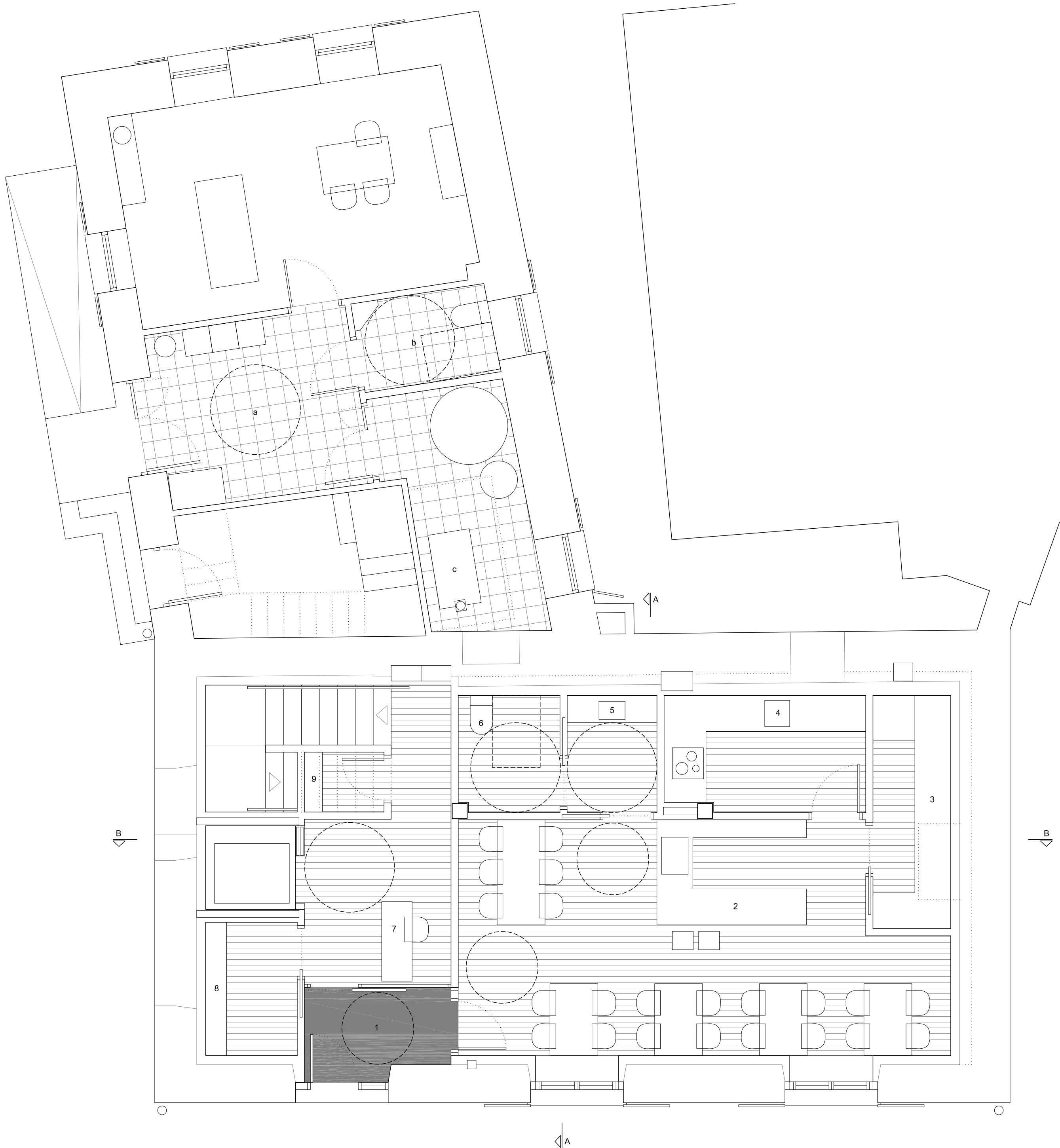
0 0,5 1 1,5

1.06

Estado actual
Alzados oeste y sección A

1/50
Junio 2021

La propiedad	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución	Hiriberri Lanean
Emplazamiento	C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa



TOTAL SUPERFICIE ÚTIL ALBERGUE	151.0 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL SALA INTERGENERACIONAL	39.1 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL CAFETERÍA	47.5 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL APARTAMENTO	33.9 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL	271.5 M2
TOTAL SUPERFICIE CONSTRUIDA	111.9 x 4 = 447.6 M2

SUPERFICIE ÚTIL

PLANTA BAJA

1	CANCELA	3.6 M2
CAFETERÍA		
2	ZONA PÚBLICO/BARRA	29.7 M2
3	ALMACÉN	5.1 M2
4	COCINA	6.5 M2
5	ANTE-ASEO	2.9 M2
6	ASEO	3.3 M2
TOTAL CAFETERÍA		47.5 M2
ALBERGUE		
7	RECEPCIÓN	9.0 M2
8	GUARDABOTAS	3.4 M2
9	ARMARIO/VESTUARIO	1.3 M2
TOTAL ALBERGUE		13.7 M2
TOTAL PLANTA BAJA		64.8 M2

PLANTA PRIMERA

ALBERGUE		
10	ESCALERAS	8.7 M2
11	DISTRIBUIDOR	4.0 M2
12	DORMITORIO 1	9.4 M2
13	DORMITORIO 2	8.5 M2
14	NÚCLEO DE BAÑOS 1	8.4 M2
TOTAL ALBERGUE		39.0 M2
APARTAMENTO		
15	ACCESO	1.4 M2
16	ESTAR	13.2 M2
17	COCINA	5.3 M2
18	DORMITORIO	10.5 M2
19	BAÑO	3.5 M2
TOTAL APARTAMENTO		33.9 M2
TOTAL PLANTA PRIMERA		72.9 M2

PLANTA SEGUNDA

ALBERGUE		
20	ESCALERA	8.7 M2
21	DISTRIBUIDOR	8.8 M2
22	DORMITORIO 3	7.2 M2
23	BAÑO D.3	4.2 M2
24	DORMITORIO 4	8.8 M2
25	BAÑO D.4	3.9 M2
26	DORMITORIO 5	12.5 M2
27	DORMITORIO 6	9.1 M2
28	NÚCLEO DE BAÑOS 2	8.4 M2
TOTAL PLANTA SEGUNDA		71.6 M2

PLANTA BAJOCUBIERTA

ALBERGUE		
29	ESCALERA	7.7 M2
30	DISTRIBUIDOR	6.0 M2
31	ALMACÉN	2.6 M2
32	LAVADERO/TENEDERO	4.3 M2
33	ASEO	2.5 M2
TOTAL ALBERGUE		23.1 M2
SALA		
34	SALA INTERGENERACIONAL	39.1 M2
TOTAL PLANTA BAJO CUBIERTA		62.2 M2

ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

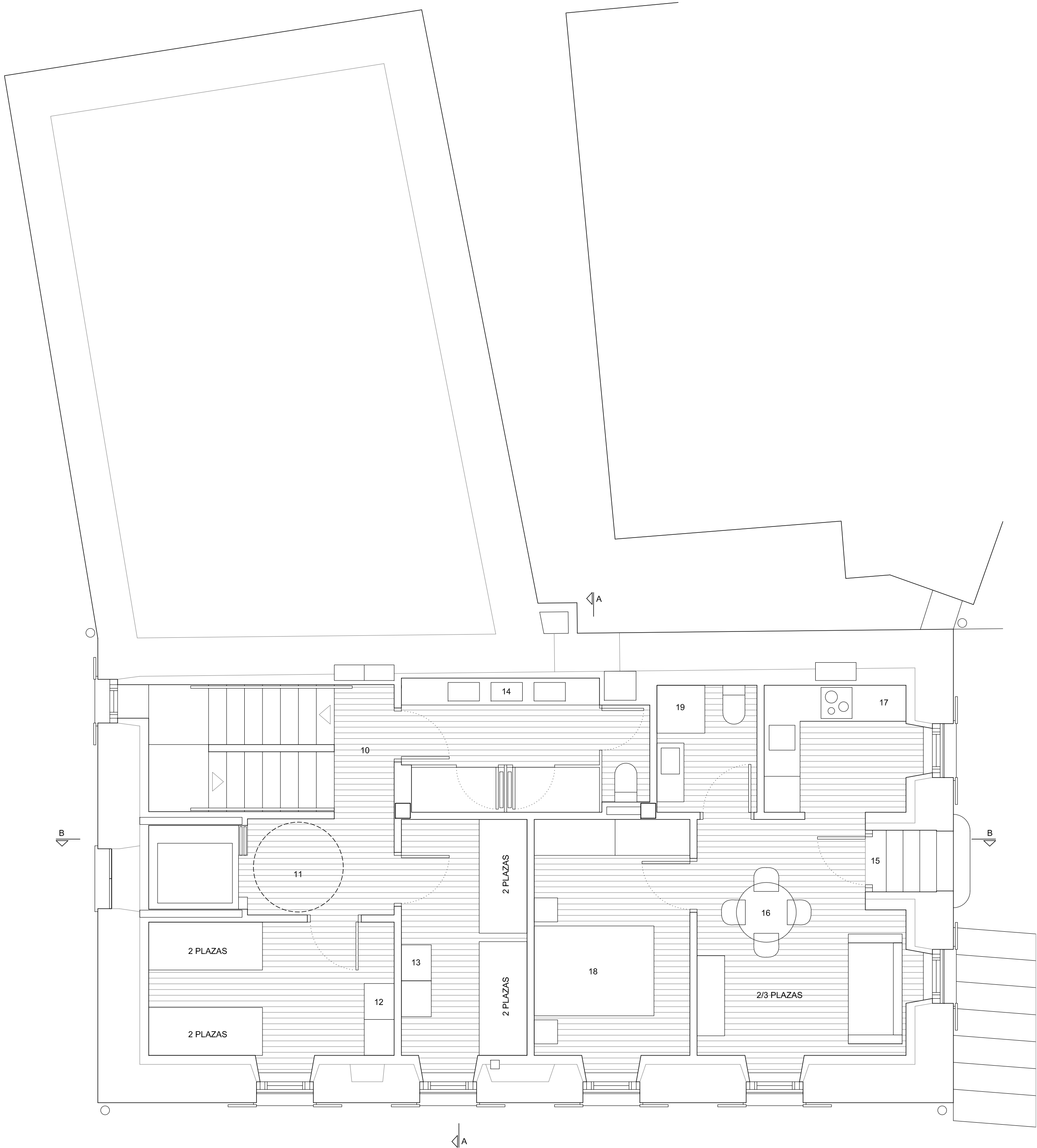
Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Munián

1.5
1
0.5
0

2.01 Propuesta
Planta baja

1/50
Junio 2021

La propiedad Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución Hiriberri Lanean
Emplazamiento C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa



TOTAL SUPERFICIE ÚTIL ALBERGUE	151.0 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL SALA INTERGENERACIONAL	39.1 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL CAFETERÍA	47.5 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL APARTAMENTO	33.9 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL	271.5 M2
TOTAL SUPERFICIE CONSTRUIDA	111.9 x 4 = 447.6 M2

SUPERFICIE ÚTIL

PLANTA BAJA

1 CANCELA	3.6 M2
CAFETERÍA	
2 ZONA PÚBLICO/BARRA	29.7 M2
3 ALMACÉN	5.1 M2
4 COCINA	6.5 M2
5 ANTE-ASEO	2.9 M2
6 ASEO	3.3 M2
TOTAL CAFETERÍA	47.5 M2
ALBERGUE	
7 RECEPCIÓN	9.0 M2
8 GUARDABOTAS	3.4 M2
9 ARMARIO/VESTUARIO	1.3 M2
TOTAL ALBERGUE	13.7 M2
TOTAL PLANTA BAJA	64.8 M2

PLANTA PRIMERA

ALBERGUE	
10 ESCALERAS	8.7 M2
11 DISTRIBUIDOR	4.0 M2
12 DORMITORIO 1	9.4 M2
13 DORMITORIO 2	8.5 M2
14 NÚCLEO DE BAÑOS 1	8.4 M2
TOTAL ALBERGUE	39.0 M2
APARTAMENTO	
15 ACCESO	1.4 M2
16 ESTAR	13.2 M2
17 COCINA	5.3 M2
18 DORMITORIO	10.5 M2
19 BAÑO	3.5 M2
TOTAL APARTAMENTO	33.9 M2
TOTAL PLANTA PRIMERA	72.9 M2

PLANTA SEGUNDA

ALBERGUE	
20 ESCALERA	8.7 M2
21 DISTRIBUIDOR	8.8 M2
22 DORMITORIO 3	7.2 M2
23 BAÑO D.3	4.2 M2
24 DORMITORIO 4	8.8 M2
25 BAÑO D.4	3.9 M2
26 DORMITORIO 5	12.5 M2
27 DORMITORIO 6	9.1 M2
28 NÚCLEO DE BAÑOS 2	8.4 M2
TOTAL PLANTA SEGUNDA	71.6 M2

PLANTA BAJOCUBIERTA

ALBERGUE	
29 ESCALERA	7.7 M2
30 DISTRIBUIDOR	6.0 M2
31 ALMACÉN	2.6 M2
32 LAVADERO/TENEDERO	4.3 M2
33 ASEO	2.5 M2
TOTAL ALBERGUE	23.1 M2
SALA	
34 SALA INTERGENERACIONAL	39.1 M2
TOTAL PLANTA BAJO CUBIERTA	62.2 M2

ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Munián

2.02

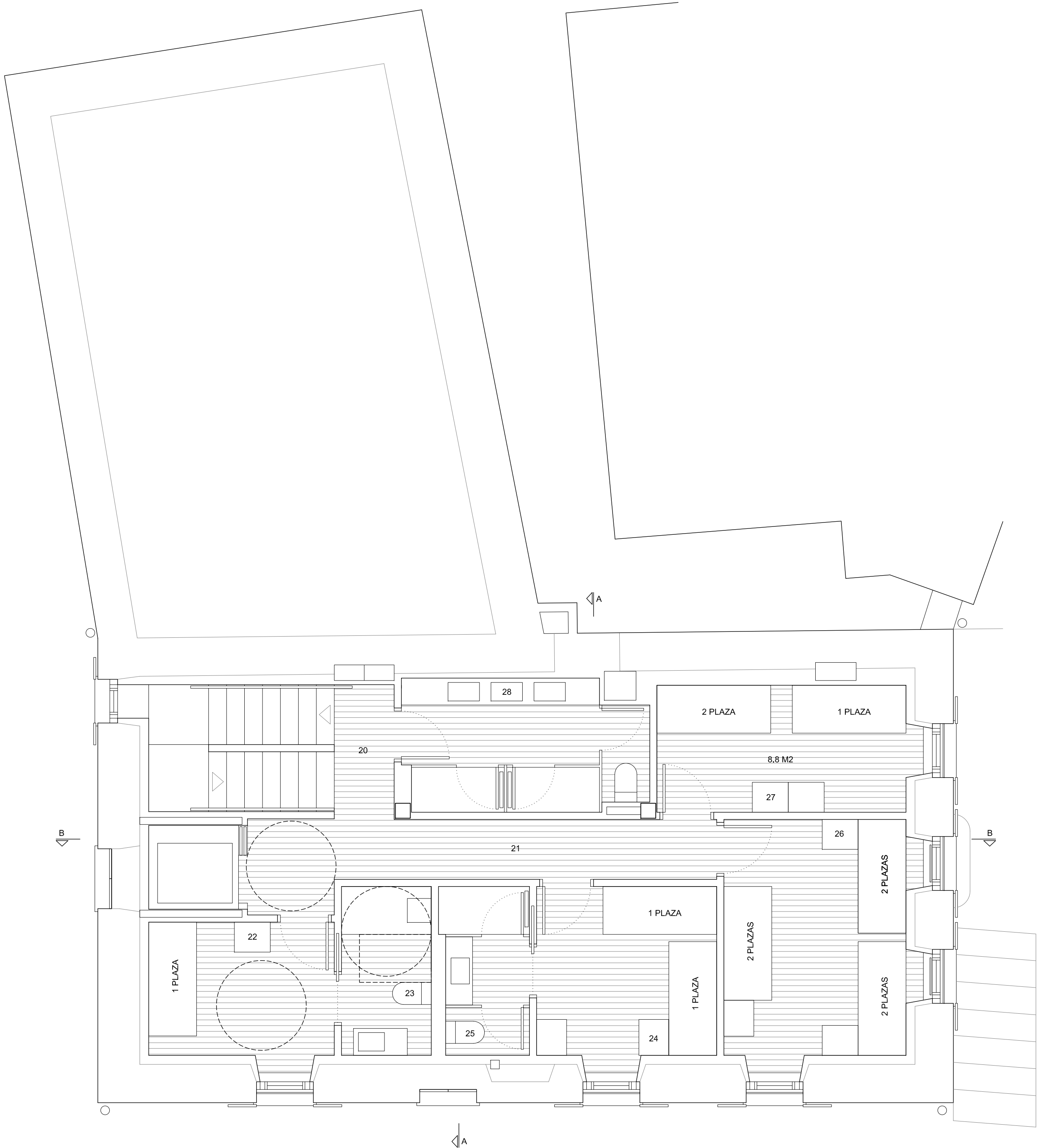
Propuesta
Planta primera

Junio 2021

La propiedad
Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa

Proyecto de ejecución
Hiriberri Lanean

Emplazamiento
C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa



TOTAL SUPERFICIE ÚTIL ALBERGUE	151.0 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL SALA INTERGENERACIONAL	39.1 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL CAFETERÍA	47.5 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL APARTAMENTO	33.9 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL	271.5 M2
TOTAL SUPERFICIE CONSTRUIDA	111.9 x 4 = 447.6 M2

SUPERFICIE ÚTIL

PLANTA BAJA

1 CANCELA	3.6 M2
CAFETERÍA	
2 ZONA PÚBLICO/BARRA	29.7 M2
3 ALMACÉN	5.1 M2
4 COCINA	6.5 M2
5 ANTE-ASEO	2.9 M2
6 ASEO	3.3 M2
TOTAL CAFETERÍA	47.5 M2

ALBERGUE

7 RECEPCIÓN	9.0 M2
8 GUARDABOTAS	3.4 M2
9 ARMARIO/VESTUARIO	1.3 M2
TOTAL ALBERGUE	13.7 M2

TOTAL PLANTA BAJA

64.8 M2

PLANTA PRIMERA

ALBERGUE

10 ESCALERAS	8.7 M2
11 DISTRIBUIDOR	4.0 M2
12 DORMITORIO 1	9.4 M2
13 DORMITORIO 2	8.5 M2
14 NÚCLEO DE BAÑOS 1	8.4 M2
TOTAL ALBERGUE	39.0 M2

APARTAMENTO

15 ACCESO	1.4 M2
16 ESTAR	13.2 M2
17 COCINA	5.3 M2
18 DORMITORIO	10.5 M2
19 BAÑO	3.5 M2
TOTAL APARTAMENTO	33.9 M2

TOTAL PLANTA PRIMERA

72.9 M2

PLANTA SEGUNDA

ALBERGUE

20 ESCALERA	8.7 M2
21 DISTRIBUIDOR	8.8 M2
22 DORMITORIO 3	7.2 M2
23 BAÑO D.3	4.2 M2
24 DORMITORIO 4	8.8 M2
25 BAÑO D.4	3.9 M2
26 DORMITORIO 5	12.5 M2
27 DORMITORIO 6	9.1 M2
28 NÚCLEO DE BAÑOS 2	8.4 M2
TOTAL PLANTA SEGUNDA	71.6 M2

PLANTA BAJOCUBIERTA

ALBERGUE

29 ESCALERA	7.7 M2
30 DISTRIBUIDOR	6.0 M2
31 ALMACÉN	2.6 M2
32 LAVADERO/TENEDERO	4.3 M2
33 ASEO	2.5 M2
TOTAL ALBERGUE	23.1 M2

SALA

34 SALA INTERGENERACIONAL	39.1 M2
---------------------------	---------

TOTAL PLANTA BAJO CUBIERTA

62.2 M2

ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin

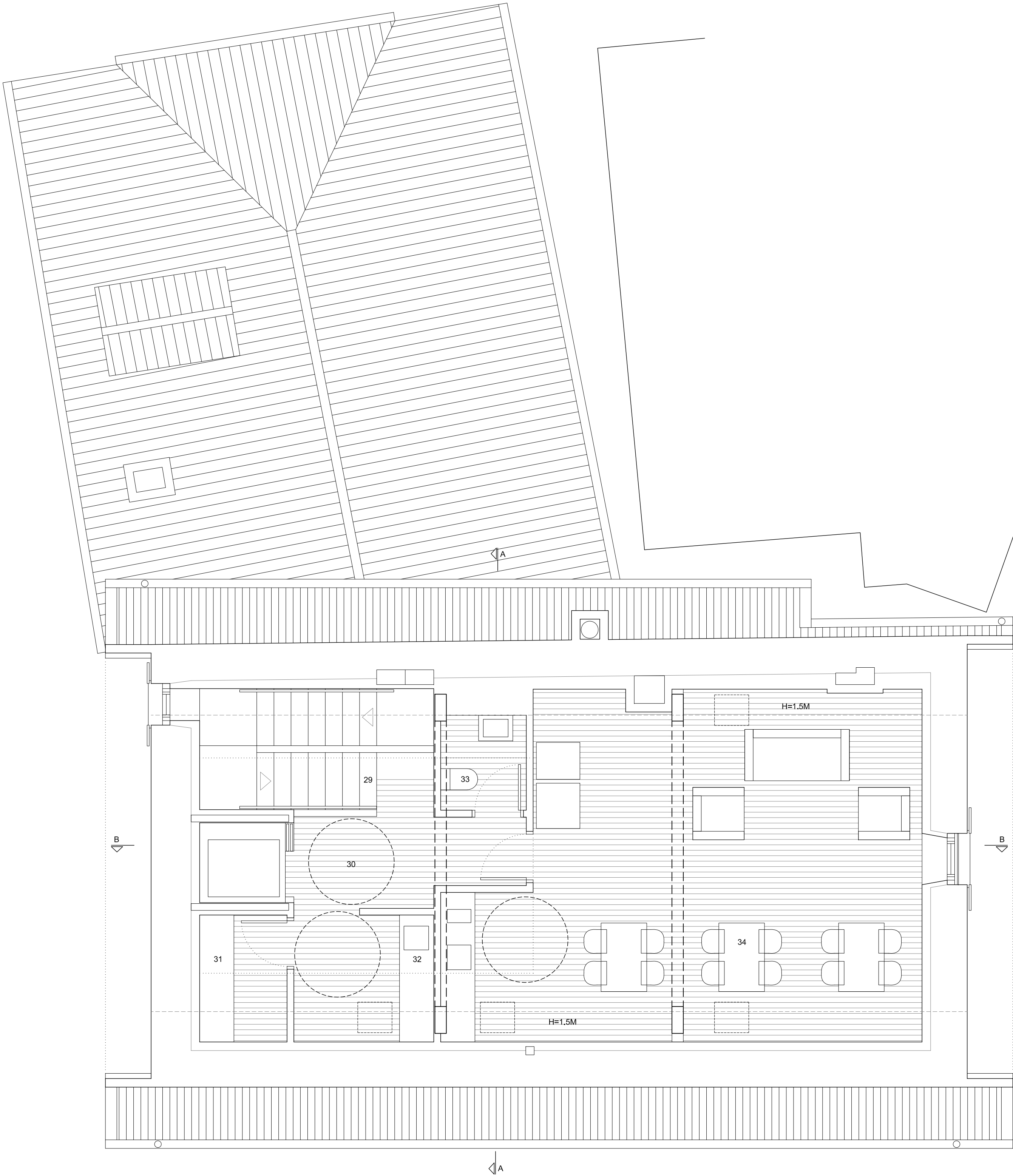
0 0.5 1 1.5

2.03

Propuesta
Planta segunda

1/50
Junio 2021

La propiedad Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución Hiriberri Lanean
Emplazamiento C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa



TOTAL SUPERFICIE ÚTIL ALBERGUE	151.0 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL SALA INTERGENERACIONAL	39.1 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL CAFETERÍA	47.5 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL APARTAMENTO	33.9 M2
TOTAL SUPERFICIE ÚTIL	271.5 M2

TOTAL SUPERFICIE CONSTRUIDA	111.9 x 4 = 447.6 M2
-----------------------------	----------------------

SUPERFICIE ÚTIL

PLANTA BAJA

1 CANCELA	3.6 M2
-----------	--------

CAFETERÍA

2 ZONA PÚBLICO/BARRA	29.7 M2
3 ALMACÉN	5.1 M2
4 COCINA	6.5 M2
5 ANTE-ASEO	2.9 M2
6 ASEO	3.3 M2
TOTAL CAFETERÍA	47.5 M2

ALBERGUE

7 RECEPCIÓN	9.0 M2
8 GUARDABOTAS	3.4 M2
9 ARMARIO/VESTUARIO	1.3 M2
TOTAL ALBERGUE	13.7 M2

TOTAL PLANTA BAJA

64.8 M2

PLANTA PRIMERA

ALBERGUE

10 ESCALERAS	8.7 M2
11 DISTRIBUIDOR	4.0 M2
12 DORMITORIO 1	9.4 M2
13 DORMITORIO 2	8.5 M2
14 NÚCLEO DE BAÑOS 1	8.4 M2
TOTAL ALBERGUE	39.0 M2

APARTAMENTO

15 ACCESO	1.4 M2
16 ESTAR	13.2 M2
17 COCINA	5.3 M2
18 DORMITORIO	10.5 M2
19 BAÑO	3.5 M2
TOTAL APARTAMENTO	33.9 M2

TOTAL PLANTA PRIMERA

72.9 M2

PLANTA SEGUNDA

ALBERGUE

20 ESCALERA	8.7 M2
21 DISTRIBUIDOR	8.8 M2
22 DORMITORIO 3	7.2 M2
23 BAÑO D.3	4.2 M2
24 DORMITORIO 4	8.8 M2
25 BAÑO D.4	3.9 M2
26 DORMITORIO 5	12.5 M2
27 DORMITORIO 6	9.1 M2
28 NÚCLEO DE BAÑOS 2	8.4 M2
TOTAL PLANTA SEGUNDA	71.6 M2

PLANTA BAJOCUBIERTA

ALBERGUE

29 ESCALERA	7.7 M2
30 DISTRIBUIDOR	6.0 M2
31 ALMACÉN	2.6 M2
32 LAVADERO/TENEDERO	4.3 M2
33 ASEO	2.5 M2
TOTAL ALBERGUE	23.1 M2

SALA

34 SALA INTERGENERACIONAL	39.1 M2
---------------------------	---------

TOTAL PLANTA BAJO CUBIERTA

62.2 M2

ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arquitectos.es T/F: 948363674
www.arquitectos.es

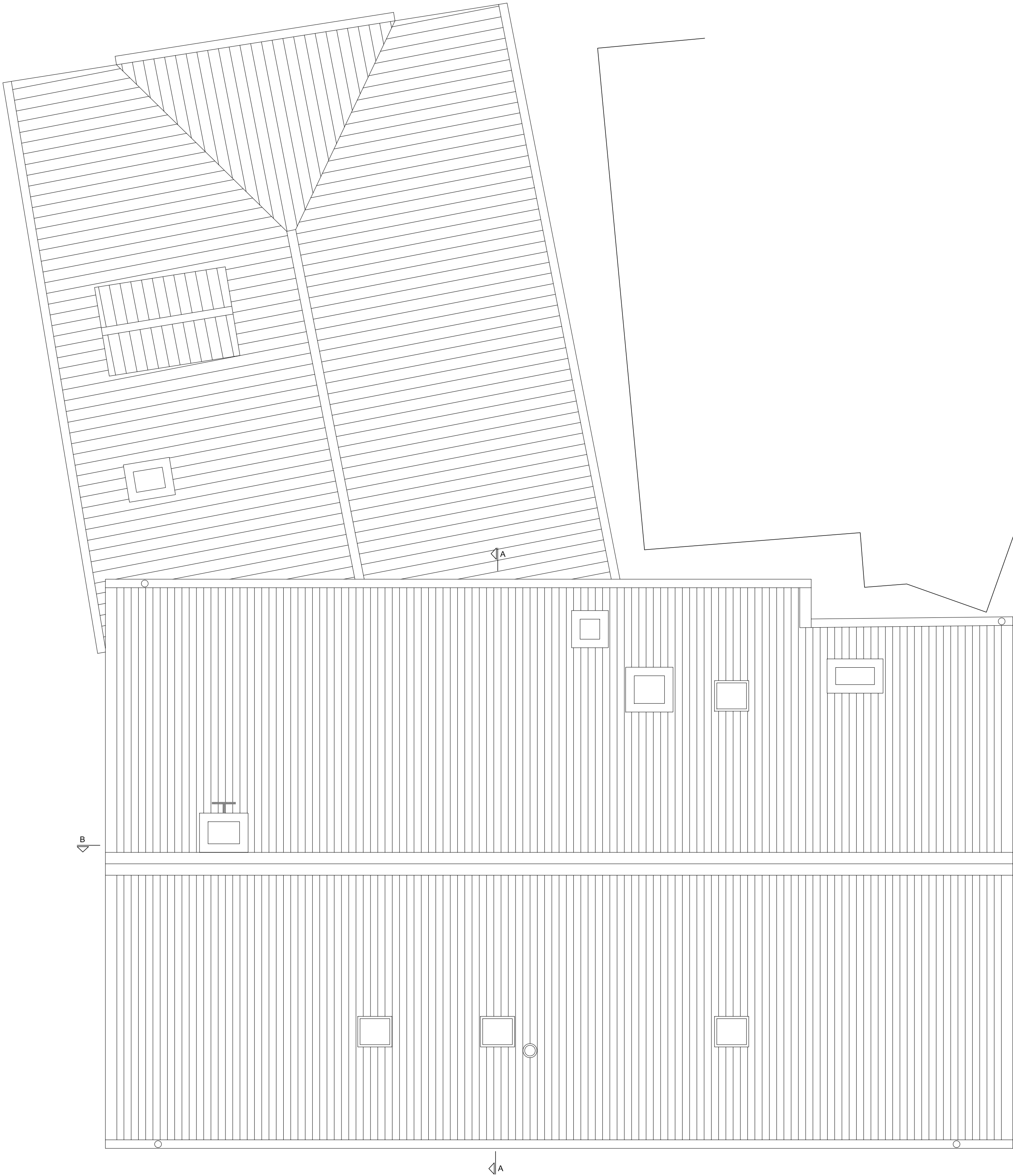
Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin

2.04 Propuesta
Planta bajocubierta
Junio 2021

La propiedad Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa

Proyecto de ejecución Hiriberri Lanean

Emplazamiento C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa



ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

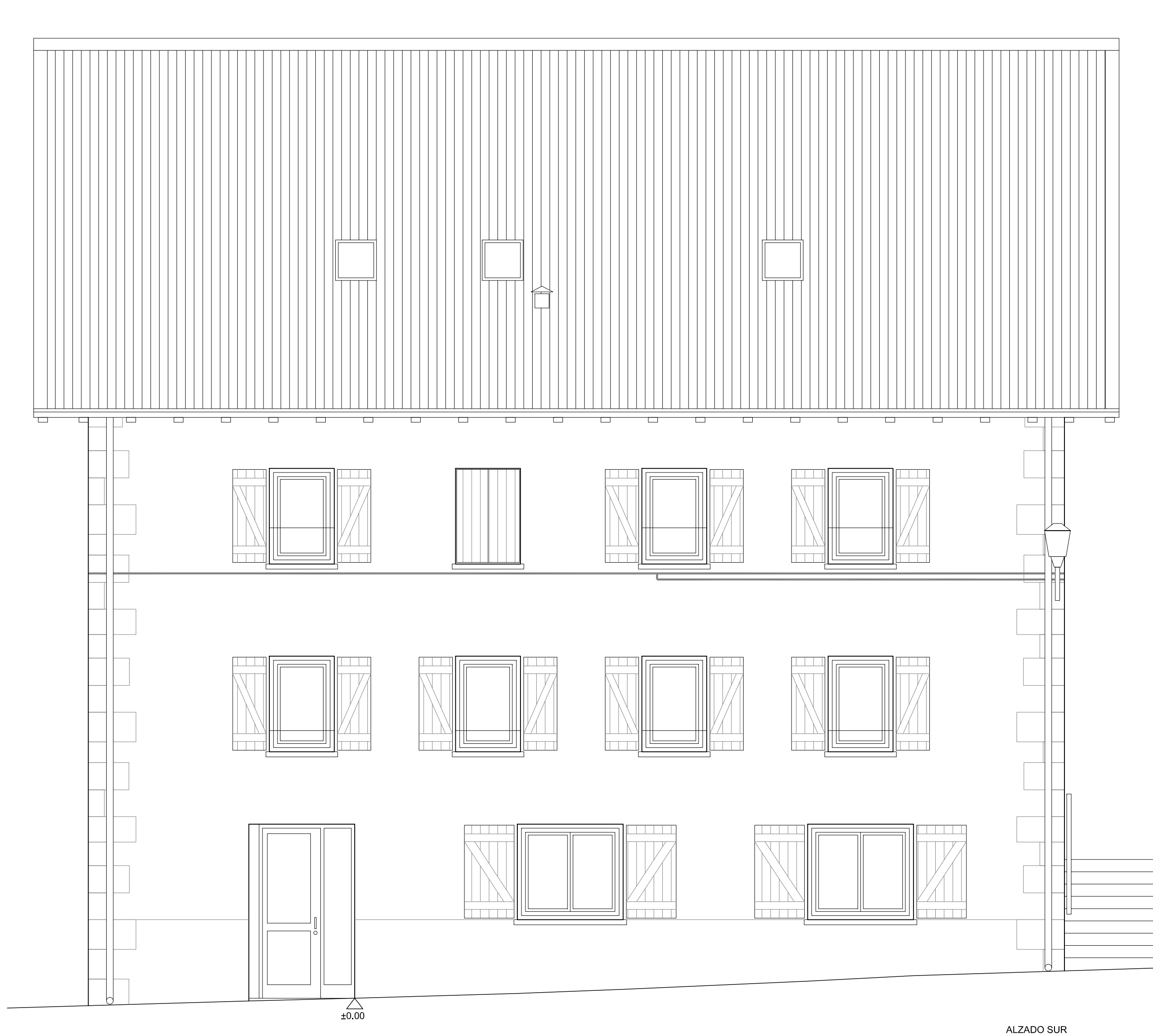
Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin

0 0,5 1 1,5

2.05 Propuesta
Planta de cubierta

La propiedad	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución	Hiriberri Lanean
Emplazamiento	C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa

1/50
Junio 2021



ALZADO SUR



ALZADO ESTE

ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

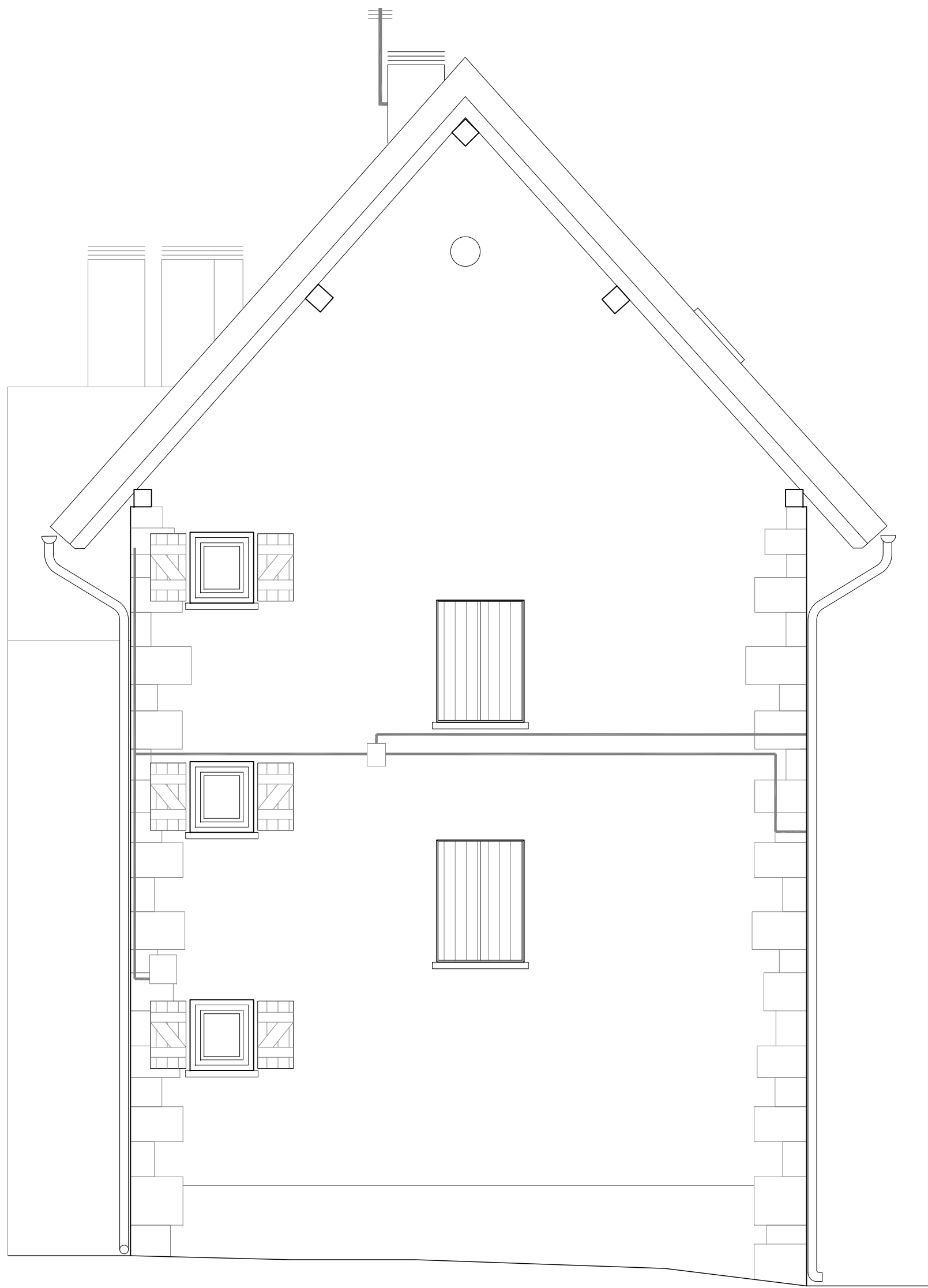
Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin

1.5
1
0.5
0

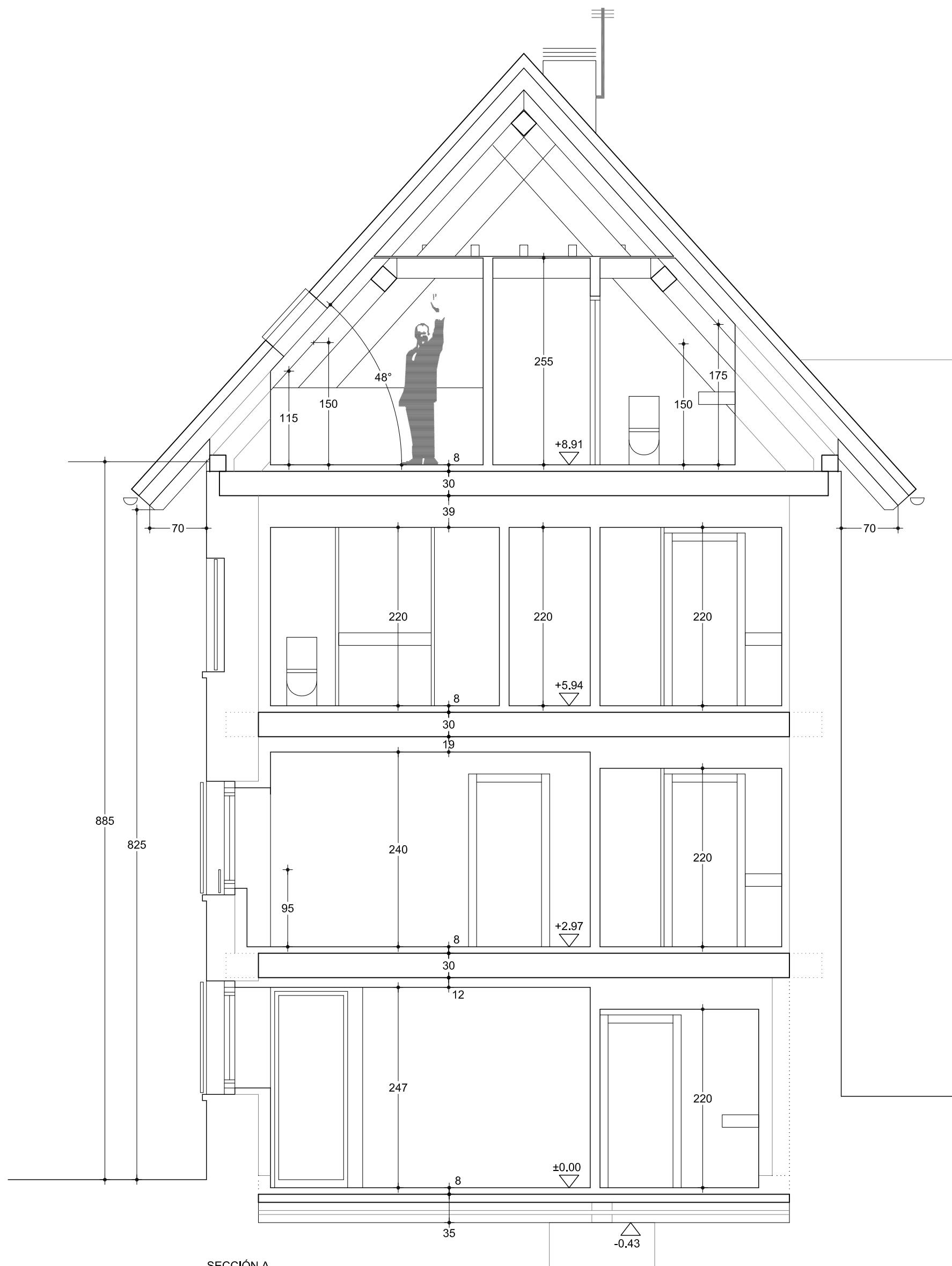
2.06 Propuesta
Alzados sur y este

1/50
Junio 2021

La propiedad	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución	Hiriberri Lanean
Emplazamiento	C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa



ALZADO OESTE



SECCIÓN A

ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin

0 0.5 1 1.5

2.07 Propuesta
Alzados oeste y sección A

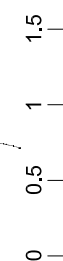
1/50
Junio 2021

La propiedad	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución	Hiriberri Lanean
Emplazamiento	C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa



ARQ arquitectos
C/ Miguel Servet 3, bj. 31012 Pamplona
info@arqarquitectos.es T/F: 948363674
www.arqarquitectos.es

Ana Almirantearena Larrañeta
Pedro Ansa Inglés
Bárbara San Martín Sánchez de Muniáin



2.08 Propuesta
Sección B

1/50
Junio 2021

La propiedad	Ayuntamiento de Hiriberri-Villanueva de Aezkoa
Proyecto de ejecución	Hiriberri Lanean
Emplazamiento	C/ San Salvador 17. Hiriberri-Villanueva de Aezkoa