



RESUMEN Y RESULTADOS DEL LABORATORIO 1

Dada la significancia que está adoptando el turismo en los recientes años en la región en la que se inscribe la localidad de Zumaia, así como los factores disruptivos en cuanto al crecimiento del turismo en el Euskal Kostako Geoparkea de la UNESCO y los efectos provocados por los hitos cinematográficos de “Ocho apellidos Vascos” (proyección nacional) y “Game of Thrones” (proyección internacional) que afectan a la localidad, tiene su importancia considerar el turismo como parte que aporta valor a la economía y al modo de vida locales desde una mirada basada el emprendimiento en materia de turismo, siempre y cuando, sea **gestionado de una manera sostenible que promueva la protección y conservación del medio natural, la puesta en valor de nuestra identidad y cultura y el bienestar de los residentes, junto con la convivencia equilibrada con el visitante.**

Zumaia, Basque Country



Antecedentes. A
 Estudio/Investigación. B
 Laboratorio 1. C
 Siguiente paso. D



A. ANTECEDENTES

La metodología que se aplica para la elaboración del estudio previo a la elaboración del plan de turismo de Zumaia es la de la investigación-acción que se define como una modalidad de trabajo que genera conocimiento, que produce cambios y que, en última instancia, es compatible con los otros tipos de proyecto como pueden ser la de una intervención, una evaluación y una investigación.

Uno de los rasgos más típicos de esta metodología es su **carácter participativo**: sus actores son a un tiempo sujetos activos y objeto del estudio. Hay, por excepción, objetivos y metas dados a priori, pero es característico de la investigación-acción que gran parte de las metas y objetivos se generen como parte del proceso que en ella se gesta.

En una fase preliminar, se prepara el artículo científico “*Translocal Strategies for Experimenting with Smart Tourism Labs in Zumaia: The case of the Basque Coast Geopark, Basque Country (Spain)*” por el Dr Igor Calzada y Ana Arranz, y es presentado en el 1er Congreso Internacional de la Organización Mundial de Turismo de Naciones Unidas sobre Destinos Inteligentes celebrado en Murcia entre los días 15-17 de Febrero de 2017.



Disponible aquí, la versión en inglés del artículo:

<https://www.researchgate.net/publication/312190814> Translocal Strategies for Experimenting with Smart Tourism Labs in Zumaia The Case of the Basque Coast Geopark Basque Country Spain



B. ESTUDIO/INVESTIGACIÓN

En una primera fase de **diagnóstico**, se lleva a cabo una revisión bibliográfica en materia de turismo atendiendo a publicaciones recientes, artículos académicos, políticas institucionales y fuentes de datos estadísticos que afectan a Zumaia dentro del Euskal Kostako Geoparkea, ensayos y seguimiento en los medios de comunicación. Esta fase se va complementando en la medida que se publican nuevas políticas y/o informes referidos a la materia turismo que nos concierne.

Previo a la fase de participación directa, se han llevado a cabo los análisis cuantitativo y cualitativo, basados en un cuestionario y diversas entrevistas, durante los meses de junio, julio y agosto de 2017.

El **cuestionario** que se ha hecho extensible a toda la población de Zumaia (9.746 habitantes) y personas que tienen una relación laboral o vivencial estrecha con la localidad, permaneció abierto durante 6 semanas y media. El cuestionario se prepara con 59 cuestiones que pretenden recabar información sobre el perfil del participante, la percepción sobre el turismo para conocer el impacto positivo y negativo que se tiene sobre el mismo, los hábitos de viaje de los zumaiarras, la valoración que tienen los residentes/locales sobre el turismo, la valoración sobre los turistas/visitantes en la localidad, la opinión que se tiene sobre el sector del turismo, así como el empoderamiento psicológico, social y político del encuestado y, finalmente, la participación como estrategia en materia de turismo.

Resumen de resultados del cuestionario por apartados:

1. Perfil de los encuestados

Se obtiene un perfil definido por la baja participación del sector turístico y considerable participación ciudadana. Está bien distribuido en cuanto a la igualdad de género y acorde al dato del uso del euskera en la población. El encuestado responde en un alto porcentaje a un nivel universitario en las edades comprendidas entre 35 y 54 años.

2. Modo de entender el turismo en Zumaia

Preocupan los problemas que acarrea el turismo en la planificación física así como en la economía local y calidad de vida. Un porcentaje reducido considera que el turismo debilita el uso del euskera y la pérdida de identidad. Respuesta equilibrada ante la percepción de saturación que provoca el turismo en el espacio público y deterioro del medio natural.

3. Hábitos de los encuestados cuando viajan

Los zumaiarras cuando viajan tienden a utilizar el coche como medio de transporte principal, seguido del autobús y los vuelos baratos. No se tiene por costumbre compartir el coche y se da un reducido uso de la bicicleta.

Deciden el destino turístico mediante Internet, por recomendación de amigos/familiares o conocimiento previo del destino. Y, entre los motivos de viaje, priman el ocio y el descanso. Se entiende por turismo sostenible áquel que se considera responsable.



4. Valoración del turismo por parte de los residentes/locales en Zumaia.

Se refleja preocupación por los valores naturales. Los aspectos mejor valorados son los de pertenencia a la red internacional UNESCO, el biotopo como herramienta de protección y la colaboración con la gestión del Euskal Kostako Geoparkea. Partidarios de un turismo de calidad, no se la da importancia al compartir el coche ni alquilar una habitación o la casa vía plataformas digitales.

5. Valoración de los visitantes/turistas en Zumaia por parte de locales.

Se consideran los turistas como una gran aportación (61%) y se es favorable a considerar más turistas en el futuro (50%). Dentro de las molestias que causan los turistas, se mencionan la saturación, la falta de aparcamiento y la falta de respeto hacia el medio ambiente.

Los turistas en Zumaia muestran interés por la naturaleza y la gastronomía, seguido del alojamiento y alquileres. Los zumaiarras prefieren un turismo con pernoctación, visitantes bien informados e interesados por la naturaleza y/o agricultura. Los peor valorados representan el turismo de edad y los de grupo.

6. Valoración del sector turístico en Zumaia

La mejora de la oferta gastronómica y la falta de formación son los aspectos más mencionados. Se realiza una valoración positiva en cuanto poner atención en garantizar la igualdad de género en el sector y partidarios de enseñar el euskera como patrimonio.

7. Empoderamiento: psicológico, social y político

Se valora de forma positiva el empoderamiento psicológico. El/la zumaiarra se siente orgulloso de su pueblo. Sin embargo, se denotan carencias en cuanto al empoderamiento social y político.

8. Estrategia para participar en las políticas y planeamiento turístico en Zumaia

Se refleja interés en un 58% para participar en el planeamiento y políticas turísticas, pero con desconocimiento de cómo tomar parte en las mismas.

Puedes acceder a los resultados del cuestionario, aquí:

<http://zumaia.eus/files/Lab1Galdetegia201720170912Spanish.pdf>

El análisis cualitativo se ha basado en la realización de 108 **entrevistas** con diversos agentes seleccionados, dentro y fuera de la localidad, y representando el sector público (30), sector privado (30), sociedad civil organizada (28), academia (7) y emprendedores/activistas (13).





El contenido de las entrevistas va dirigido para conocer de primera mano, desde los cinco sectores mencionados y diversos colectivos, la valoración sobre el crecimiento y desarrollo del turismo en Zumaia, el posicionamiento interno y externo, la colaboración y coordinación inter-institucional en materia de turismo, la gestión del Euskal Kostako Geoparkea, la puesta en valor desde el turismo de la cultura y el euskera, la percepción social sobre el uso del espacio natural y urbano, la percepción de masificación turística y sus efectos, los pisos turísticos y alquiler de vivienda, el emprendimiento turístico, la importancia del turismo en la economía local, la competitividad del sector turístico local, la participación en la toma de decisiones, la importancia de la aplicación de nuevas tecnologías, el tratamiento de recogida de datos y cómo se visualiza Zumaia a medio plazo respecto al turismo.

Tras analizar el resultado obtenido del cuestionario y las entrevistas se trabaja sobre conceptos y temas que se han mencionado y repetido en diversas ocasiones. Se resumen en 10 vectores estratégicos o ejes principales que servirán de estudio y desarrollo del primer laboratorio llevado a cabo en Septiembre para ir decidiendo las estrategias que definirán el modelo turístico a aplicar en Zumaia.



Descripción de los 10 vectores o ejes estratégicos:

1. Sentimiento de pertenencia al lugar: Identidad y euskera

Este concepto hace referencia a elementos tangibles basados en el diseño urbano y el entorno natural, así como elementos intangibles como paisajes identitarios y mentales que definen el lugar.

Entre los entrevistados locales, se percibe un fuerte sentimiento de pertenencia al lugar. Se reconoce el alto valor del espacio natural como propio y se reconoce la preocupación por su conservación, mantenimiento, accesibilidad, seguridad y la falta de regulación especialmente en la zona de Itzurun-Algorri, imagen de Zumaia. Asimismo, se menciona la necesidad de poner interés en el embellecimiento y revitalización del casco histórico, mejorar la movilidad, así como “acercar” los barrios al núcleo urbano mediante infraestructuras (rutas fluviales y bidegorri/bideberde), así como las actividades programadas desde el turismo.

Poner en valor el euskera y la identidad del lugar mediante proyectos que conecten transversalmente el turismo con el pasado industrial y marítimo, la toponimia, la gastronomía, la memoria histórica y el uso del euskera son considerados de gran importancia.



2. Ecosistema cultural

Zumaia tiene elaborado un mapa cultural y goza de variada actividad cultural desarrollada por asociaciones que vienen colaborando con el turismo de una manera continuada y natural. En las entrevistas se ha mencionado que la relación entre asociaciones no se da de una forma fluida y que es necesaria una coordinación desde las instituciones para llevar a cabo proyectos en común. Varios representantes de asociaciones entienden que hay que evitar la banalización de los atributos culturales aplicados al turismo y que la relación con el visitante/turista tiene que darse de forma natural, buscando su participación de forma respetuosa. Se prevén escenarios de colaboración que busquen un equilibrio entre tradición e innovación.

Ante el incremento de turistas que se prevé debido a las grabaciones cinematográficas (Game of Thrones), se plantea desde las instituciones o las asociaciones ofertar productos o relaciones que distribuyan el flujo territorialmente, elaborar rutas con temática similar o buscar sinergias con empresas creativas del entorno.

3. Posicionamiento geográfico

Zumaia posee un posicionamiento geográfico interesante en el conjunto de ordenación del territorio en materia turística. Actúa como bisagra entre la costa y el interior, conectando sus estrategias y distribuyendo los flujos turísticos entre el Euskal Kostako Geoparkea, en el que actúa como motor, la Mancomunidad del Urola Costa y el Urola Erdia y Garaia, dentro de la región Explore San Sebastian Region. Se valora positivamente la cooperación que viene dándose en el tiempo y se plantea reforzar relaciones. Proyectos como las vías verdes facilitan esta colaboración.

Dentro del conjunto de la CAPV, Zumaia se encuentra en una posición central entre Donostia y Bilbao con unas comunicaciones bien valoradas respecto a la primera.

La presencia en la red internacional de la UNESCO vía el Euskal Kostako Geoparkea y el interés científico que suscita Zumaia en el campo de la geología a nivel internacional, le posibilita el desarrollo de un turismo científico valorado positivamente desde distintos ámbitos, tanto locales como regionales.

4. UNESCO Euskal Kostako Geoparkea

La figura del Euskal Kostako Geoparkea ofrece una manera innovadora de gestionar el turismo desde la comunidad basando sus estrategias en la ciencia (geología), la educación, el turismo y el desarrollo territorial.

En general, los zumaiarras identifican la marca Euskal Kostako Geoparkea como principal para promocionar el turismo pero desconocen las posibilidades que ofrece el mismo, así como la del sentimiento de pertenencia entre las localidades de Deba, Mutriku y Zumaia.

5. Economía local como regulador del paisaje y naturaleza

Un excesivo aumento del turismo de naturaleza puede poner en peligro la biodiversidad y el turismo de naturaleza es un recurso importante para el desarrollo rural que genera beneficios a entidades locales. La falta de aplicación de regulación de espacios protegidos (biotopo) puede convertirlo en



un recurso frágil. Se transmite preocupación por el estado crítico del sector agro-ganadero y, en consecuencia, la falta de mantenimiento y el deterioro del entorno natural, incluso se alerta sobre el riesgo de incendios. Se hace referencia a la facilitación de medidas que impulsen el desarrollo de actividades del sector primario relacionadas con el turismo (nekazal-etxeak y baserritarras).

6. Destino turístico inteligente

Se entiende como un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante en el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino. Y, como consecuencia, estimula el incremento de la competitividad a través de la capacidad innovadora, que repercute en una mejora de la percepción del destino y en una mayor capacidad productiva de la empresa, generando una mayor calidad de vida para los residentes.

Se desprende de las entrevistas, que existe una falta de formación y recursos de infraestructura tecnológica que facilitarían y mejorarían servicios como la de un turismo de experiencias o gestión de reservas local.

7. Emprendimiento desde el turismo

La mayor parte de los entrevistados ven como auxiliar el turismo en el conjunto de la economía local, con diversas condiciones que se dan para desarrollar diferentes segmentos y productos turísticos. La mayoría de los entrevistados son partidarios de impulsar un turismo basado en la comunidad, basado en un turismo de naturaleza, familiar, camping, científico, de negocios (MICE), gastronómico, activo, experiencial, cultural e identitario, siendo reacios a potenciar un turismo cinematográfico.

En los últimos años, el surf tiene auge como actividad local en Zumaia.

En general, el emprendimiento se da dentro de cada negocio y se traslada la falta de ayudas para el emprendizaje en materia de turismo. Se ha mencionado en varias ocasiones, la necesidad de un tipo de alojamiento (albergue o similar) que pueda atender las demandas de visitantes sin alto poder adquisitivo. Preguntados sobre el uso del antiguo convento en el casco histórico, el debate se presenta en el modelo de gestión para llevar una actividad que pueda dar vida al conjunto edificatorio y, a su vez, revitalizar el casco histórico.

Otro de los aspectos sobre los que se incide es la mejora de los servicios de hostelería/restauración y las parrillas. Así como superar la estacionalidad y velar para evitar la precariedad en los puestos de trabajo en el sector turístico.

8. Convivencia

Se denota preocupación generalizada sobre las transformaciones que pueda acarrear un turismo descontrolado en la localidad y se transmite la necesidad de ser partidario de “anticiparse a lo que pueda llegar”. Se percibe, por una parte importante de los encuestados, verdadera preocupación sobre la falta de alquiler convencional para uso de vivienda y los elevados precios de los mismos.



La aparición de pisos turísticos requiere regulación a medio plazo.

En cuanto a la ocupación del espacio público o masificación, se muestra la necesidad de conocer la capacidad de carga turística para Zumaia, y, en especial, el entorno de Itzurun-Algorri, para la toma de decisiones en cuanto a limitaciones del uso de espacios naturales.

Democratizar el turismo y el derecho al turismo de una forma responsable son aspectos que resaltan varios entrevistados.

9. Nuevas tecnologías

Las nuevas tecnologías constituyen un componente esencial para el sector del turismo, no sólo en lo que se refiere a intercambio de información y de conocimiento, sino también al desarrollo de aplicaciones y de metodologías que aseguren el avance de prácticas más sostenibles del sector en áreas como el cambio climático o la preservación del patrimonio tangible e intangible; así como, una gestión integral digital del usuario (turista).

Entre los entrevistados civiles, se muestra falta de conocimiento sobre las posibilidades que ofrece este campo sobre el turismo y se valora positivamente la presencia de Zumaia en las redes sociales. El sector profesional de turismo lo valora de forma positiva pero conociendo cual es el objetivo del mismo.

10. Gobernanza turística

La gobernanza turística hace referencia a todos los procesos de decisión que van a mejorar la gestión de los conflictos de intereses que se producen de forma inevitable en el turismo. Esto hace que sea necesario establecer espacios de relación entre los diferentes actores, mejorar la toma de decisiones colectivas, establecer sistemas de trabajo conjunto entre todos los actores afectados y diseñar nuevos procesos de gestión y desarrollo.

Desde el sector público local se percibe la necesidad de ampliar recursos para desarrollar la actividad de gestión turística en todas sus facetas. La relación entre distintas administraciones se valora positivamente aunque se denota falta coordinación para ser competitivos. Se considera que mejoraría la imagen de Zumaia si la oficina de turismo y el centro de interpretación Algorri se agruparan en un mismo edificio.

Por parte de la ciudadanía, se percibe la falta de instrumentos o espacios que propiciaran el seguimiento y toma de decisiones en materia de turismo mediante la participación. Se han mencionado propuestas para la creación de un observatorio del turismo local y mesas de turismo.

La **participación directa del proceso** se lleva a cabo mediante la infraestructura de laboratorio urbano dirigido a la experimentación en materia turística para la localidad de Zumaia.



C. LABORATORIO > ZumaiaLab Turismoa

¿Qué es un laboratorio?

El laboratorio (LAB) es un entorno intenso de resolución de problemas junto con el adecuado espacio físico para el trabajo con grupos de trabajo implicados en la temática en la que se recogen resultados de una manera interactiva. Conlleva un enfoque consultativo donde los distintos participantes (agentes) profundizan para identificar las cuestiones que afectan, proponer soluciones, establecer prioridades y crear sinergias entre los distintos sectores.





Metodología aplicada al laboratorio #ZumaiaLab

1. Prácticas y políticas turísticas definidas desde la experimentación

- Desarrollo territorial como objetivo
- Cohesión/transformación social y sostenibilidad como punto de partida
- Construyendo y formalizando la estrategia con los agentes, garantizando la participación
- Ante temas complejos y encadenados conocimiento de los agentes, ya que necesitamos la inteligencia colectiva
- Por lo tanto, combinado la estrategia (formulación) con la participación (deliberación?) y, viceversa.

2. Construyendo puentes (*Zubigintza*): formulando prácticas y políticas basadas en el conocimiento/experiencia de los agentes

- Dar el salto hacia los datos desde la opinión y las polarizaciones.
- Aceptando las críticas, se proponen las mismas como una posible transformación trabajando con otros agentes
- Poniendo a disposición los recursos económicos, sociales, institucionales y tecnológicos.
- Buscando la vacuna a la turismo fobia y efectos negativos del turismo > Una hipótesis. Se observa que se van superando con el emprendimiento local.

LABORATORIO 1 >

Martes, 12 de Septiembre de 2017

Primera Sesión. Maria eta Jose Ikastetxea, 10:00h – 11:00h

Segunda Sesión. Oxford Aretoa, Alondiga Zumaia, 17:30h – 20:00h

Primera sesión:

Visión espontánea de los niños de Zumaia sobre el turismo

Se han creado 5 grupos formados cada uno por cuatro niños con edades entre 5-6 años y un niños de 9-10 años. A cada grupo se le plantea que dibujen sobre un panel dado, para dar respuesta a estas tres preguntas:

1. **¿Cómo dibujarías un turista?**
2. **¿Qué hace un turista?**
3. **¿Cómo te imaginas Zumaia dentro de 1-2 años?**

A continuación se describe y recogen las imágenes obtenidas:

Urtxintxa, dibujan un turista aficionado al surf así como los medios de transporte que utilizan. Dentro de 2 años, representan Zumaia dibujando el flysch, corazones y personas que sacan fotos.

Itsasoa, dibujan turistas de procedencia variada, que hablan en inglés y representan la localidad convertida en “Zumaialandia”.



Kolore, hacen referencia a la naturaleza y el paisaje cuando definen un turista. Se acercan a Zumaia para ver el flysch en barco, dejan dinero y representan una futura Zumaia con carreteras y hoteles.

Onenak (1), dibujan un turista amante de la naturaleza y que se desplaza con mochila. Representan Zumaia llena de turistas en dos años.

Onenak (2), mencionan la amistad, dibujan un turista que viste de marca. Dibujan los peligros del mar y el flysch. Se imaginan una Zumaia futura configurada con rascacielos y casas flotantes.





Segunda Sesión:

Laboratorio con adultos

Se ha invitado a participar en el primer laboratorio a los 108 entrevistados, de los cuales participan 71 agentes. Se forman 7 grupos de trabajo representados por el sector público, sector privado, sociedad civil organizada, academia y emprendedores/activistas.

Tras la bienvenida y presentación de resultados de la encuesta se procede a explicar la metodología del laboratorio y, agradeciendo la amplia participación, se da comienzo al evento.

Este primer laboratorio se divide en dos fases, A y B.

Fase A. Reto

Se formula la siguiente pregunta:

**“¿Cuál es el principal reto que tenemos
los residentes de Zumaia frente al turismo?”**

y, tras el debate en grupo, los portavoces exponen las conclusiones, resumidas así:

- ❖ En la mayoría de los grupos el principal reto es el bienestar de los residentes y garantizar la convivencia entre los locales y los turistas, desarrollando un plan dirigido hacia los ciudadanos.
- ❖ Poner en valor los aspectos culturales e de identidad mediante el turismo trabajando con el patrimonio industrial y marítimo, la gastronomía, la geología y la memoria histórica.
- ❖ Aprovechar la transversalidad que ofrece el turismo para desarrollar proyectos que se relacionen con otros sectores.
- ❖ Con objeto de garantizar la gestión más favorable, la mejor aportación que puede realizar el turismo es la de *“cuida, antes de vender”*, de una manera continuada y sostenible.
- ❖ El éxito actual del turismo se considera como consecuencia de una estrategia planificada.
- ❖ Mejorar la coordinación entre las distintas instituciones que gestionan el turismo. Se pone como ejemplo, la inestabilidad entre políticas dirigidas a la protección del medio natural e impulsar actividades que promueven la saturación de turistas en el mismo.
- ❖ Desarrollar otro tipo de turismo que no esté basado solo en la promoción del *“flysch”*
- ❖ Aprovechar la presencia en la red internacional UNESCO para desarrollar un turismo de calidad.

Contrastando las exposiciones que han realizado cada grupo, se hace notar la ausencia en la mención de retos/temas que han sido recurrentes en las entrevistas mantenidas con anterioridad:

- ❖ Puesta en valor del uso del euskera.
- ❖ Conservación del espacio natural y saturación.
- ❖ Nuevos modelos de alojamiento, albergue.
- ❖ Dar nuevo uso al antiguo convento con modelo de gestión ciudadana.



- ❖ Garantizar el alquiler de vivienda tradicional frente a la proliferación de pisos turísticos.
- ❖ Garantizar la participación ciudadana en la gobernanza turística.

Fase B: **Prioridad de los 10 vectores**

En esta fase se han presentado los 10 vectores o ejes estratégicos, descritos más arriba, y tras el debate en grupo se han ordenado los vectores por orden de importancia (1, más importante y 10, menos importante).

En la tabla se recogen el resultado generado por cada uno de los grupos:

Grupo>	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE
Vector 1	1	4	2	3	7	2	-
Vector 2	2	5	5	4	5	4	-
Vector 3	8	10	8	7	8	10	5
Vector 4	5	7	7	8	6	7	3
Vector 5	4	6	3	5	3	5	2
Vector 6	7	8	9	6	9	9	-
Vector 7	3	1	4	2	1	3	4
Vector 8	3	2	1	1	2	1	1
Vector 9	9	9	10	10	10	8	-
Vector 10	6	3	6	9	4	6	10

Estos son los 10 vectores estratégicos:

1. Sentimiento de pertenencia al lugar
2. Ecosistema cultural
3. Posicionamiento geográfico
4. UNESCO Euskal Kostako Geoparkea
5. Economía local como regulador del paisaje y naturaleza.
6. Destino turístico inteligente
7. Emprendimiento turístico local
8. Convivencia
9. Nuevas tecnologías
10. Gobernanza turística



A continuación, se ordenan los vectores en base a la prioridad obtenida del resultado del trabajo en grupo:

1. **Convivencia**
2. **Emprendimiento turístico local**
3. **Sentimiento de pertenencia al lugar**
4. **Ecosistema cultural**
5. **Economía local como regulador del paisaje y naturaleza.**
6. **UNESCO Euskal Kostako Geoparkea**
7. **Gobernanza turística**
8. **Destino turístico inteligente**
9. **Posicionamiento geográfico**
10. **Nuevas tecnologías**

D. SIGUIENTE PASO

La amplia respuesta a la participación en el proceso de redacción del plan de turismo genera un ecosistema propicio para **conectar estrategia con viabilidad.**

