

actualidad

REVISTA DE CEDERNA GARALUR | Número 46, Año 2011/1



REPORTAJE

El Programa de Desarrollo Rural
"Montaña de Navarra":
instrumento en beneficio del
territorio

EMPRENDEDORES

Quesos Larra:
desde Burgui al mundo

REPORTAJE

"El turismo ecuestre" y "El turismo de reuniones": dos propuestas de futuro presentadas en el II Congreso Internacional de Turismo de Navarra



SUMARIO



REPORTAJE

El Programa de Desarrollo Rural “Montaña de Navarra”: instrumento en beneficio del territorio

pág. 4



EMPRENDEDORES

Quesos Larra:
desde Burgui al mundo
pág. 8



OPINIÓN

Política turística

pág. 29



SOCIEDAD

“El turismo ecuestre” y “El turismo de reuniones”: dos propuestas de futuro presentadas en el II Congreso Internacional de Turismo de Navarra

pág. 25

CENTRALES

Formación para pymes y empresas del sector turístico de la montaña de Navarra

pág. 32

ACTUALIDAD

páginas 14 a 24

- » Nacen los Boletines informativos digitales de Cederna Garalur
- » Firmada la declaración de Oropesa sobre el producto turístico de Observación de la Naturaleza
- » Abre el centro de interpretación de la leche en Arakil
- » Firmado el Pacto de Conciliación de Aoiz
- » Por la mejora de la gestión y el marketing de las empresas de la Montaña de Navarra
- » En 2010 se han iniciado 50 planes de empresas
- » 8 empresas comienzan a diseñar sus planes de Marketing “on line”

- » El Europe Direct de Cederna Garalur edita un Cd sobre el Programa Ciudadanía Europea

- » Información europea de primera mano: Acceso a la presentación de los programas europeos

- » Visita a tres proyecto del Plan de Dinamización Turística “Montaña de Navarra”

- » “Europa Románica” y el “Turismo de observación de la Naturaleza” presentes en FITUR 2011

Depósito legal: NA-2153/2003

Al finalizar esta legislatura que comenzamos en el año 2007 creo conveniente recordar algunas de las líneas maestras y objetivos empresariales que desde la presidencia y juntamente con mis compañeros de Junta Directiva nos planteamos para Cederna Garalur al inicio de la misma:

- Afianzamiento económico basado en el control y la optimización de los recursos.
- Formar y estructurar un equipo de trabajo con capacidad para el desarrollo, asistencia y puesta en marcha de líneas de actuación en los diferentes ámbitos en los que Cederna Garalur trabaja.
- Conseguir nuevas vías de financiación, abrir nuevas puertas para conseguir fondos.
- Diseñar una organización que permita el logro de nuestros objetivos con mayor eficiencia.

Haciendo un análisis somero de estos puntos de referencia que ponen de manifiesto aspectos de nuestra realidad interna puedo afirmar que en términos generales el grado de cumplimiento se puede considerar satisfactorio, aunque siempre, como en toda estrategia planteada, quedan algunos aspectos que pulir, para alcanzar el nivel óptimo al que aspiramos llegar.

Afortunadamente, estas medidas que se establecieron constituyen, al menos temporalmente, un blindaje protector ante la erosión que hubiera proporcionado la actual situación de crisis que todos estamos padeciendo. No obstante me preocupa, y mucho, el futuro incierto que se vislumbra en nuestro horizonte habida cuenta de la debilidad económica que estamos atravesando.



A la luz de esta revista le corresponde también el final de la legislatura. Cuando salga el próximo número la composición de esta Junta por parte de los representantes de los ayuntamientos se estará gestando. Puede ser por ello mi último editorial del "Berriak". Por si así fuera... toca despedida...

Quiero agradecer por tanto a todos mis compañeros de la Junta Directiva por su apoyo y colaboración. Asimismo mi gratitud especial a la Directora Gerente por su compromiso e implicación que siempre me ha dispensado.

Luis Gárate Jiménez
Presidente de Cederna Garalur

Teléfono de contacto: 948 207 063 · E-mail: info@cederna.es · www.cederna.es

ACTUALIDAD. Revista Cederna Garalur. Número 46, 2011/1

DIRECCIÓN: C/ Berriobide, 40, planta baja, oficina 001 - 31013 Ansoain (Navarra)

REDACCIÓN: Cederna-Garalur: Marian Serrano. FOTOGRAFÍA: Mikel Rodríguez Larrea (Mamiki), J.B.C y Cederna Garalur.

TRADUCCIÓN: Joxemari Nuñez (Itzuliz). DISEÑO Y MAQUETACIÓN: iLUNE. IMPRESIÓN: ONA Industria Gráfica.

El Programa de Desarrollo Rural “Montaña de Navarra”: instrumento en beneficio del territorio

El turismo, el patrimonio y la cultura, las pymes, las Tecnologías de la Información y Comunicación, el Medio Ambiente, la agricultura y la ganadería... son sectores y ámbitos de la Montaña de Navarra que se están viendo beneficiados por el Programa de Desarrollo Rural de la Montaña de Navarra. Programa gestionado por Cederna Garalur que se financia con fondos FEDER, del Gobierno de Navarra, con financiación local y con aportes de los propios promotores de los proyectos.



El sector agrícola y ganadero también se ha visto beneficiado con diferentes proyectos.

Entre los años 2009 y 2010 se aprobaron 115 proyectos dentro del Programa de Desarrollo Rural Montaña de Navarra, de los que, a 31 de diciembre de 2010, se habían ejecutado 68 proyectos a lo largo y ancho de todo el territorio en el que trabaja Cederna Garalur. Este programa se en-

marca en tres estrategias que acogen cada propuesta y que al final del desarrollo del mismo habrán conformado un camino de desarrollo con el que se habrá conseguido mejorar la calidad de vida de muchas localidades, ofrecer productos turísticos de interés... se habrá incrementado el empleo, etc...

Estrategia y dotación financiera

Tres son las estrategias de desarrollo local propuestas en el programa:

- Competitividad
- Medio ambiente y entorno rural
- Calidad de vida y diversificación

Tres estrategias que implican un desarrollo integral y sostenible del territorio, en las que todos los agentes económicos y sociales de la montaña pueden verse beneficiados. Los proyectos fueron aprobados por el órgano de decisión de Cederna Garalur.

El programa nació con una dotación financiera de 9.017.375 euros de los cuales 4.959.556 provienen del Fondo Europeo de desarrollo Rural (FEADER) y 4.057.819 euros del Gobierno de Navarra. Esta dotación financiera se completará con aportaciones públicas y privadas. En la actualidad hay una cantidad comprometida de 4.209.775,36 euros de la que se ha ejecutado a 31 de diciembre de 2010: 1.686.528,02 euros, que está cumpliendo con creces las expectativas puestas en el programa.



Vista área del Stand de Cederna Garalur en la Feria "España Original" de Ciudad Real.

Competitividad

Desde que dio comienzo el programa, en la medida de competitividad se han apoyado 6 proyectos: 2 de promotores privados, 1 de entidad local, 3 de asociaciones o fundaciones. Las zonas beneficiadas de estos proyectos se sitúan

Se trabaja por el apoyo a proyectos que impliquen en desarrollo económico



FINMA, Festival Musical apoyado desde el programa y realizado en Eguí

en Baztan, Sakana, comarca de Sangüesa y el territorio total de la Montaña a través de dos proyectos que abarcan un gran numero de localidades del territorio.

En esta medida se han llevado a cabo proyectos de valorización de productos agroalimentarios locales tanto en aspectos de comercialización, como de creación de productos agroturísticos.

Medio Ambiente y entorno rural

En esta estrategia el Programa de Desarrollo Rural ha apoyado 7 proyectos de los cuales 4 son de entidades locales, 2 de promotores privados y 1 de

asociación. Los proyectos actúan sobre ríos, territorio, sobre la promoción del desarrollo ambiental, el reciclaje, la recuperación de residuos y el uso sostenible de recursos naturales.

Las localidades beneficiadas con proyectos apoyados en esta medida se sitúan en las zonas de Sakana, Bidassoa, Erro, Larraun, Ultzama, Salazar y, en un proyecto de ámbito supracomarcal.

Calidad de vida y diversificación

Esta es la estrategia en la que se han apoyado un mayor número de proyectos, un total de 55 proyectos: 40 de entidades locales, 8 de promotores priva-

dos y 7 de asociaciones, fundaciones o entidades sectoriales.

Dentro del desarrollo de esta medida es interesante destacar diferentes ámbitos o sectores en los que se han puesto en marcha diversas iniciativas, proyectos y actuaciones. A la cabeza en esta lista se sitúan los proyectos turísticos y de patrimonio y cultura.

En el sector turístico, uno de los más activos dentro del programa, se ve clara la tendencia de ir conformando un destino turístico de calidad, de creación de productos turísticos locales, de mejora y puesta en marcha de diversos alojamientos (casas rurales, albergues, hoteles, restaurante...) y empresas de turismo activo, tanto desde las entidades públicas como ejecutados por promotores privados, empresas que han realizado mejoras en sus negocios y emprendedores que han puesto en marcha nuevos.

Las Pymes que han obtenido financiación dentro del programa de desarrollo rural son tanto del sector turístico, como de sectores más tradicionales como el agrícola y ganadero. Y también destaca alguna iniciativa en el sector de las energías renovables. Son promotores, todos ellos, que contribuyen a mejorar el tejido económico de la montaña, que crean empleo y generan riqueza.

En lo que se refiere al ámbito del patrimonio y la cultura caben destacar diversas líneas de actuación: la actuación sobre elementos patrimoniales arquitectónicos de valor, proyectos que inciden en la identidad cultural de los pueblos, en sus tradiciones, su historia y otros que aportan valor añadido cultural a la zona de actuación, como la organización de festivales musicales, de concursos artísticos integrados en el ambiente, etc..



Mobiliario del Centro Socio cultural de Liédena

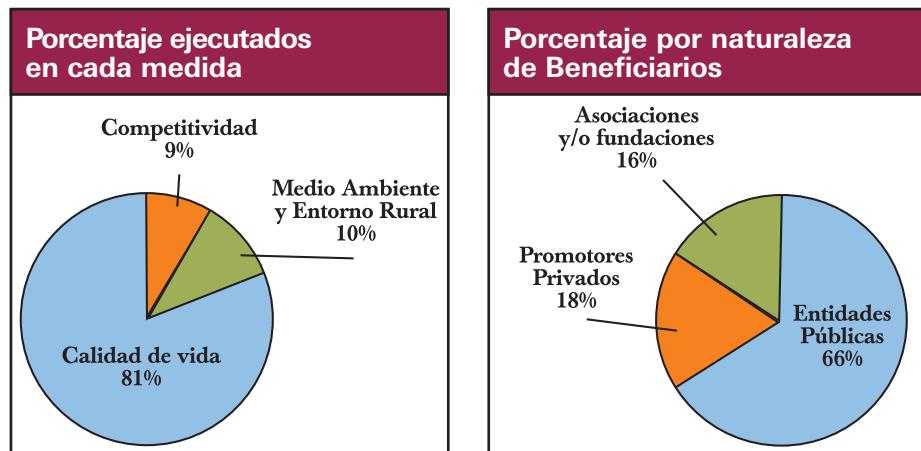
Las localidades se están viendo beneficiadas por las actuaciones

Un camino de desarrollo con el que se habrá conseguido mejorar la calidad de vida de muchas localidades, ofrecer productos turísticos de interés... se habrá incrementado el empleo

Las NTIC se hacen presentes en este programa a través proyectos específicos de comunicación audiovisual y por de la implementación de infraestructuras necesarias para el acceso a Internet, la llamada red de redes, en la que es importante participar para presentar a un mundo globalizado la especificidad de cada lugar. Aunque pueda parecer que los problemas de conexión están solucionados no es así en algunas zonas rurales por eso los promotores, sobre todo entidades locales, buscan este apoyo para mejorar su conectividad y contribuir a que el territorio mejore su comunicación, contribuyendo a mejorar la calidad de vida.

Habitantes de las diversas localidades se están viendo beneficiados de actuaciones que mejoran su forma de vivir con el apoyo desde el programa a diversos proyectos dirigidos a la juventud, los niños, las mujeres... a los habitantes, mediante acciones de conciliación, creación de espacios culturales, bibliotecas, acondicionamiento de espacios para que todos los ciudadanos tengan acceso y creación de nuevas iniciativas que aportan valor a los pueblos.

La Montaña de Navarra se está viendo beneficiada por esta iniciativa europea y regional. Por una parte por los proyectos ya ejecutados recogidos en estas páginas, también por aquellos que han comenzado a ejecutarse y que en los próximos meses verán la luz. El objetivo último lo marcan las tres líneas estratégicas propuestas en el Programa de Desarrollo Rural: trabajar para mejorar la competitividad, actuar sobre una mejora y conservación del medio ambiente y del entorno rural y apostar por una mejora de la calidad de vida del territorio, por una diversificación en su economía, sus actuaciones, sus actividades...



Instalaciones de la empresa de turismo activo "Amezitia" en Doneztebe/Santesteban

ENTREVISTA A: Miguel Aznarez Lus, gerente de Quesos Larra



Quesos Larra: desde Burgui al mundo

Nos recibe Miguel Aznarez Lus, gerente de Quesos Larra, una semana después de haber inaugurado las nuevas instalaciones de su quesería, con la idea de mejorar su negocio, de darle más valor y de seguir fabricando el queso del Roncal más premiado del mercado.

C

ómo y cuándo nace quesos Larra?

Miguel Aznarez: En el año 1985. El año anterior construimos una nave para producir leche de oveja, pero enseguida vimos que había que hacer queso. Por entonces yo estaba terminando de estudiar y quería quedarme a vivir en el pueblo. Vimos la oportunidad y empezamos a hacer queso en la misma nave donde teníamos las ovejas, ahí estuvimos hasta el año 90 en que nos trasladamos a los bajos de la casa familiar, pusimos maquinaria nueva y un camión de recogida de leche porque ya habíamos empezado a comprar leche fuera.

"Nos quedamos a vivir en el valle y sacamos nuestras familias adelante" ¿Qué balance hace de esta apuesta?

Ventajas tiene muchísimas, estar viviendo donde mis amigos vienen los fines de semana a disfrutar, ya es una maravilla. Burgui tiene la ventaja de ser un pueblo con familias con niños pequeños. Hay 20 ó 22 chavales que están en la escuela y eso le da vida. Lo ideal sería que hubiese 10 ó 12 familias más. De ahí, la apuesta por el parque empresarial, si se empiezan a instalar empresas posiblemente se quede más gente a vivir aquí.



Miguel Aznarez Lus gerente de Quesos Larra, durante la entrevista



Aspecto de una de las cámaras de la empresa

Quesos Larra, una empresa consolidada

Enseguida comienzan a comprar leche ¿En la actualidad a quién se la compran?

A 16 ganaderos. En el valle de Roncal prácticamente no hay leche. Antes el queso del Roncal se hacía con leche de oveja rasa y de esta oveja prácticamente no quedan rebaños. En el año 1975 se lan-

zó la denominación de origen Roncal que incluyó la leche de oveja latxa. Nosotros elaboramos el queso con leche de oveja latxa de pastores de La Barranca.

¿Larra es un de los quesos más premiados de la denominación de origen de Roncal?

El más premiado. Prácticamente todos

Entrar en un sector en el que estés trabajando a gusto.

los años hemos obtenido premios hasta 2009. En 2010 no hemos salido a premios, al estar liados con el nuevo proyecto. Y ahora en 2011 esperamos tener un poco más tiempo para presentarnos.

¿Qué características tiene Quesos Larra que lo diferencia de otros?

Cada queso y cada quesero es diferente. Trabajamos todos con una leche muy parecida, pero luego cada elaborador hace queso diferente, nosotros apostamos siempre por fabricar con leche de muy buena calidad, con una buena selección de pastores.

La leche es lo más importante tienes que contar con que los proveedores te van a dar la leche siempre en condiciones. Otra cosa importante, y para eso pagamos a mejor precio la leche,



En labores de limpieza de las máquinas



¿EN PRIMERA PERSONA?

Miguel Aznarez Lus

Nací en Burgui el 3 de mayo de 1965.

Me formé en Artajona, la EGB. En Lumbier FP1 y en Salesianos FP2.

Estoy casado y con dos hijos.

Actualmente vivo en Burgui.

Cuando no estoy trabajando me dedico a intento ir al monte a andar.

Porque el Ayuntamiento va junto con el trabajo.

El último libro que he leído es "Tipos y Vidas del Roncal" de Félix Sanz.

No tolero (risas) la vagancia, el desorden.

Me arrepiento de, quiza, de no dedicarle demasiado tiempo a la familia.

Mi asignatura pendiente es (risas: si te digo que es la física) quizá haber estudiado algo más.

En el desayuno siempre tomo: un té y una pieza de fruta.

Para relajarme si puedo, andar y si no leer, tocar la guitarra (entre risas: esto último me relaja mucho, a mis hijos y a mi mujer no, pero a mí sí).

es el no utilizar silos en la alimentación así evitamos problemas en la fabricación.

Luego ya, la forma de fabricar es la tradicional, aunque incorpores maquinaria nueva el queso se fabrica siempre de la misma forma: leche, cuajo, ...moldear y prensar...

¿Cómo hacen la selección de los pastores?

MA: El tipo de explotación tiene que cumplir lo que manda la denominación Roncal, les hacemos unos análisis de la leche. En teoría vale cualquier pastor siempre y cuando cumpla los requisitos de calidad de la leche. Siendo leche de oveja latxa ya está en unos baremos de calidad importantes.

¿Qué marcas comercializa Larra?

Cinco marcas: Larra, El Pastor Roncalés, Uderki, Puente del Esca, y Sabores de Navarra. Éste último lo utilizamos para queso con menos maduración (menos de cuatro meses), por lo tanto no tiene la denominación de origen. Así abrimos un mayor abanico a la hora de copar mercados y trabajar con diferentes distribuidores sin conflicto.

¿De dónde viene la mayor demanda?

Sobre todo en Navarra, donde vendemos más del 50 por ciento de la producción. Luego ya en Cataluña, seguido del País Vasco y por último exportamos. En este punto nuestro mayor mercado es Estados Unidos, que compra cerca de 70 por ciento de lo que exportamos. Salimos también a otros países como el Líbano.

¿Cómo organizan toda la gestión?

Somos 8 personas trabajando, 4 de la familia. Mi mujer va a comenzar a trabajar con nosotros para llevar el tema de administración, por lo que seremos 9.

Normalmente mi hermano, Eliodoro, se encarga de las compras de leche y fabricación y la gestión de los pedidos. Yo me encargo más de la administración, gerencia, ventas, también fabricación. Y el reparto lo hacemos entre los dos. Al ser una pyme familiar hacemos de todo, siempre en armonía, hay buen ambiente.

¿Cómo ve el futuro?

Ahora lo veo más claro... lo que teníamos hasta ahora tenía poco futuro. Ahora estamos haciendo una empresa que de aquí a que nos jubilemos probablemente tenga un valor, para poder continuar familiarmente o para poder-

Vamos a comenzar a vender en Suecia, por un contacto realizado en la Feria "España Original".





La nueva fábrica de Quesos Larra en el parque empresarial de Roncal en Burgui.

lo vender o ... En ese aspecto estoy contento, estamos ilusionados.

Aunque da más vértigo este cambio que cuando comenzamos con la empresa hace 25 años. Igual porque éramos más jóvenes y empezábamos de cero...ahora da más miedo, la inversión es muchísimo mayor y era lo mínimo que necesitamos para seguir y crecer un poco.

Además de la Quesería cuentan con la casa Rural "Urandi" ¿cómo surge la idea de entrar en el sector turístico?
Empezamos hace tres años, es un agroturismo. Son negocios complementarios, desde la quesería ofrecemos la casa y los clientes de la casa pueden visitar las instalaciones de la quesería. Está funcionando como teníamos previsto y hemos creado un puesto y medio de trabajo.

Embarcados en un nuevo proyecto

En 2010 lanzan el nuevo proyecto en el Parque Empresarial de Roncal en

Burgui. ¿Cómo surge la idea?

La empresa se nos quedaba pequeña y en el año 2000 comenzamos a hacer un nuevo proyecto. El parque empresarial todavía no había comenzado, fue en ese año cuando se comenzó a mover. Nos lanzamos a hacer un ante-proyecto, a la espera de que se hiciera el parque, que se inauguró a finales de 2008. En ese año comenzamos a dar los pasos para el cambio. Estas cosas llevan tiempo... No nos lanzamos definitivamente hasta que no tuvimos definitivamente aprobado el expediente y nos aseguraron la subvención para que el plan de viabilidad saliese bien. A inicios del año 2010 comenzamos la obra.

¿Cómo han compatibilizado la puesta en marcha de proyecto, el mantenimiento de la producción y la entrada en nuevos mercados?

Llevamos más o menos fabricando lo mismo desde hace 6 años. Ahora con la crisis, no hay tanta alegría a la hora

de comprar y hemos tenido un pequeño descenso en producción y este año, también, seguramente hagamos un poco menos queso, porque.. aunque hemos cogido clientes nuevos, la demanda

Denominación de origen Roncal

En 1975 se dieron los primeros pasos para crearla y en el año 81, se creó oficialmente.

Características:

- Leche de oveja Latxa o rasa, exclusivamente de Navarra
- Elaboración del queso siempre en el valle de Roncal
- Con leche cruda
- Sólo se le puede echar cuajo y sal
- La maduración mínima tiene que ser de cuatro meses.
- Con corteza natural, sin ningún tipo de tratamiento plástico. Y mohosa, no se pueden lavar, aunque se le puede aplicar aceite.
- Queso con ojos, no puede ser ciego.
- Debe cumplir unos parámetros de: color de la pasta, los ojos, la corteza el cerco, la textura, el aroma, el sabor.
- Se hace cata de cada queso que tiene que superar unos valores mínimos.

DATOS	Quesos Larra S.L.
Localización:	Burgui
Objeto Social	Fabricación de productos alimenticios y sector turísticos
Mercado al que se dirige:	
Nº de trabajadores	9
Empleo creado con la nueva instalación:	1 (en administración)

da global ha bajado, como en todos los sectores. Lo que hemos mantenido más o menos igual ha sido la exportación.

¿Qué nuevos clientes han encontrado? ¿qué nuevas líneas de comercialización?

Distribuidores que estaban esperando y no habíamos podido servir antes. Por otro lado, exportamos, sobre todo a EE.UU y ahora vamos a comenzar a vender en Suecia, por un contacto realizado en la Feria "España Original" a la que fuimos con Cederna Garalur el año pasado. Esta experiencia fue interesante, estuvo bien organizada. Aún encontrándonos en Ciudad Real, la cuna del queso manchego, hicimos contactos que van cuajando poco a poco, como este de Suecia.

¿Qué ventajas le ve a esta nueva ubicación en el parque empresarial de Roncal, en Burgui?

La principal ventaja es que vamos a tener todo junto. Antes estábamos en tres lugares. Además, como hemos incorporado maquinaria nueva, vamos a estar en mejores condiciones.

¿Qué ayudas han recibido?

El 30 por ciento de aquello que es subvencionable del proyecto.

Implicados en el pueblo y en el Valle

Además de gerente de Quesos Larra es concejal del Ayuntamiento de Burgui ¿cómo lo compagina?

Para el ayuntamiento es mejor que para la empresa, porque siempre dejo la tarea de la empresa por la del Ayuntamiento. Pero la experiencia es buena, hemos conseguido muchas cosas. En lo que se refiere al valle hemos puesto los pilares para la revitalización: el parque empresarial, la estación de esquí...nos queda buscar una vía buena para explotar la madera.

¿Que importancia tiene para el Valle de Roncal el parque empresarial?

Es importantísimo, éramos la única zona de Navarra sin estas instalaciones. De hecho se hizo el de Iciz y una empresa del Roncal se fue allá, quizás si hubiera habido suelo industrial aquí estaría ahora en el Valle.



Lo bueno es tener la base para que se puedan hacer las cosas, hubo que romper la inercia de "no invertimos porque no hay terreno y no hay terreno porque no hay inversores". Se pensó que lo primero era poner la base, ofrecer suelo. Estamos en un 30 por ciento de ocupación y pronto estaremos en un 40. Si consiguiese salir el tema de la biomasa, ya sería muy bueno, además de por puestos de trabajo, por generación de calor, por aprovechamiento de los recursos endógenos de la zona.

Algún consejo

Desde su experiencia como empresario ¿que consejos le puedes dar a alguien que quiera lanzar un negocio en las zonas rurales?

Meterte en un sector en el cual estés trabajando a gusto. A mí hacer quesos me encanta... Posteriormente hacer un buen plan de viabilidad. Antes de lanzarte darle muchas vueltas, buscar tu diferencia con el resto del mercado... y una vez que te lanzas a por todas, siempre teniendo muy en cuenta con la financiación con la que cuentas. Y por supuesto, no olvidarse de estar formándose continuamente. Yo, raro es el año que no hago un curso o dos.

Con cinco marcas: Larra, El Pastor Roncalés, Uderki, Puente del Esca, y Sabores de Navarra.



Nacen los Boletines informativos digitales de Cederna Garalur

Cederna Garalur lanza sus boletines informativos en materia de turismo, empresas y emprendedores y noticias de interés general sobre desarrollo rural y actividad de la propia Asociación.

The screenshot shows the homepage of the Cederna Garalur digital newsletter. At the top right is the logo "cederna garalur" with a colorful bar icon. Below it is a link "Noticias de actualidad". The main title "Boletín Digital General" is centered above a large image of a rural town with white buildings and red roofs. Below the image are links "Inicio" and "Suscríbete". To the right, there's a sidebar with "Otros Boletines" (Boletín Empresas, Boletín Turismo), "Archivos" (links to monthly newsletters from 2011), and "Categorías" (links to various topics like Asociación, Desarrollo rural, Empleo, Europa Direct, Medio ambiente, Notas informativas, and Nuevas tecnologías). The central content area features a news item titled "Abre el centro de interpretación de la leche en Arakil" with a small thumbnail image and a detailed description of the opening of a dairy interpretation center in Arakil.

Los boletines informativos “Turismo”, “General” y “Empresas” vieron la luz junto con el portal de empresas que se presentó el pasado año: “El objetivo de estos boletines, es mantener informados a todas las personas interesadas de las acciones y proyectos en los que trabaja la Asociación y de temas de interés para diferentes sectores”.

Para suscribirse a ellos se puede acceder a través de la propia página web: www.cederna.es, donde un “banner” destacado da acceso a la suscripción y también a través de los portales de empresas y turismo. Las personas interesadas en recibir periódicamente estos boletines pueden darse de alta desde la web de Cederna Garalur, tanto en euskera como en castellano.

Si bien se pueden consultar las noticias desde “el blog” implementado al darse de alta en la suscripción el usuario recibirá en su correo electrónico, de forma periódica, un “newsletter” consiguiendo así hacer llegar al información de la manera más fácil posible. Unido a esto, la herramienta permite lanzar “alertas informativas” sobre noticias o temas que deban ser comunicadas con mayor rapidez.

Se ha iniciado este tipo de comunicación con la idea de acercar lo más posible la información a través del uso de las Tecnologías de la Información.

Firmada la declaración de Oropesa sobre el producto turístico de Observación de la Naturaleza

El pasado 22 de diciembre, en Oropesa (Toledo), Turespaña propuso a representantes de Comunidades Autónomas de Castilla-La Mancha, Castilla y León, Galicia, Navarra, Extremadura, País Vasco, los grupos de acción local participantes en el proyecto de cooperación del MARM “Reto-Natura 2000” y diferentes ONG’s que trabajan en torno a la naturaleza, la firma de la Declaración de Oropesa con el objetivo de crear un grupo de decisión que trabajará en la creación de un plan estratégico para el desarrollo de un producto conjunto de observación de la Naturaleza.



Cederna Garalur ha firmado esta declaración que, junto con el resto de las entidades e instituciones firmantes, ha hecho que comiencen a participar en el grupo de trabajo que se ha creado para elaborar un plan estratégico que sirva para crear el producto de observación de la naturaleza y fomentarlo, tal y como recoge la declaración “siguiendo el método club de producto turístico en todos los eslabones de la cadena del valor del turismo”.

El grupo ha abordado ya este trabajo y mantuvo una primera reunión en FITUR, en enero y una segunda en febrero, en el marco de la Feria Internacional de Ornitología en Extremadura. En estas reuniones se ha comenzado a trabajar en torno a diversos temas: Propuestas de los requisitos que debería cumplir un destino y las empresas que se quieran especializar en el producto turístico de observación de la naturaleza, las líneas de ac-

tuación que debería tener un plan estratégico.

Además de la definición de este plan el grupo creado “estudiará las diferentes posibilidades para crear un ente gestor a nivel nacional que represente al sector turístico y a los territorios, y que pueda servir de fórmula para realizar una cooperación más eficiente entre las administraciones turísticas y ambientales”.

Abre el centro de interpretación de la leche en Arakil

El pasado lunes, 28 de febrero se inauguraban las nuevas instalaciones del centro de Interpretación de la leche de Ganadería Etxeberri (que forma parte del grupo Lacturale). El acto estuvo presidido por el presidente del Gobierno de Navarra, Miguel Sanz. En el mismo participaron Luis Gárate y Esther Celaya, presidenta y directora-gerente de Cederna Garalur, entidad que ha apoyado, a través del programa PDR Montaña de Navarra, la financiación del centro de interpretación de la leche.

Además de abrir al público este nuevo centro de interpretación el grupo Lacturale ha inaugurado sus instalaciones de la SAT Ganadería Etxeberri en Arakil. Entre diversas personalidades también participaron en este evento las consejeras de Desarrollo Rural y Medio Ambiente, Begoña Sanzberro Iturriar, y de Asuntos Sociales, Familia, Juventud y Deporte, María Isabel García Malo.

"El visitante recibe información sobre el proceso productivo, el envasado y la comercialización de la leche"

La SAT Ganadería Etxeberri nació en 1990 y en la actualidad tiene 950 cabezas de ganado, produce anualmente 5,5 millones de litros de leche, da empleo a 14 trabajadores y es una de las 23 explotaciones del Grupo Lacturale, que comercializa leche de producción integrada de Navarra.



Instalaciones de la Ganadería Etxeberri en Arakil

Centro de interpretación de la leche
En el marco de esta ampliación y mejora de las instalaciones de la explotación se ha creado el Centro de Interpretación de Leche con el objetivo de informar y educar al público sobre qué es el sistema integrado de producción y cómo trabaja una explotación ganadera del siglo XXI. El Centro está situado junto a las instalaciones de producción y consta de dos espacios. En el primero, el visitante recibe información del proceso productivo y en el segundo, sobre el envasado y comercialización de la leche, en la que se puede catar diferentes tipos que comercializa la empresa.

Con este nuevo Centro de Interpretación La ganadería Etxeberri, promotora de este proyecto apoyado por el PDR Montaña de Navarra, pretende iniciar un proyecto de diversificación de su actividad principal orientándose hacia el sector turístico con el objetivo de acercar el medio rural y la actividad ganadera a la sociedad en general y a turistas y particulares. Los beneficiarios del mismo serán los turistas, Centros escolares de Navarra, Guipúzcoa y Álava y otros colectivos como jubilados, excursionistas, familias y cualquier persona concienciada con el entorno natural y por conocer el mundo rural y las instalaciones de una explotación ganadera puntera, en cuanto a procesos y tecnologías utilizadas.

El aula simula una cuadra típica de cualquier caserío, con carteles explicativos, videos, pantalla, y elementos decorativos relacionados con el trabajo: sardes, kaikus, etc...

El aula de interpretación formará parte de la imagen corporativa de la em-



“Con este nuevo Centro de Interpretación La ganadería Etxeberri, promotora de este proyecto apoyado por el PDR Montaña de Navarra, pretende iniciar un proyecto de diversificación de su actividad principal orientándose hacia el sector turístico”

presa, se realizaran campañas de difusión de las actividades que se desarrolleen y pondrán en línea una página web que presenta el proyecto, todo ello incluido en un plan de marketing especializado de toda la actividad. Este proyecto tiene, también, el objetivo de crear un puesto de trabajo femenino que se encargará de realizar las visitas guiadas del aula de interpretación de la leche y de la explotación ganadera.

Este proyecto ha recibido del PDR-Montaña de Navarra la ayuda de 60.000 euros sobre una inversión subvenciable de 239.776 euros.

Firmado el Pacto de Conciliación de Aoiz

El pasado 11 de enero tuvo lugar la firma del pacto de conciliación del municipio de Aoiz, entre las entidades firmantes se encuentra Cederna Garalur. El pacto propone un compromiso activo y participativo de trabajar con-

juntamente en los objetivos orientados a facilitar a las ciudadanas y ciudadanos de Aoiz la conciliación de su vida personal, familiar y profesional. Se trata, a través de este pacto, de establecer nuevas relaciones entre los géneros, im-

plicando a mujeres y a hombres en el compromiso de participar activamente tanto en la vida privada como pública.



Por la mejora de la gestión y el marketing de las empresas de la Montaña de Navarra

Actualmente el marketing 2.0, las redes sociales, los nuevos espacios de comunicación en Internet están presentes en muchas de las propuestas dirigidas a las empresas. Cederna Garalur, desde el área de empresas y emprendedores y el área de turismo y con el apoyo de los técnicos de NTIC de la Asociación ha iniciado, en 2011, un espacio de formación en esta línea, que complementa con la que se viene impartiendo referida a gestión empresarial: facturación, cobros, costes, etc...

Al cierre de la revista se habían impartido 10 cursos, en los que ha participado una media de 6 personas, gerentes o técnicos de diversas empresas de las comarcas de la montaña. Es una formación pensada en la gestión empresarial diaria, muy práctica y eficaz y en el posicionamiento de las empresas en Internet como vía de comercialización.

La formación presencial se va a realizar a lo largo de todo 2011 en diferentes localidades, intentando acercar lo más posible la formación al lugar de origen de los destinatarios. Toda empresa interesada puede consultar el calendario de cursos en las páginas centrales de esta revista.

Además de las "clases" presenciales, se completa la formación con un asesoramiento personal a distancia, usando las nuevas formas de comunicación 2.0 y siempre buscando que sean actividades rentables, atractivas y novedosas.

EyE EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

En 2010 se han iniciado 50 planes de empresas

Son planes de futuras empresas, en tiempos de crisis, personas que apuestan por sacar adelante un negocio en la Montaña de Navarra y que han recibido el apoyo del Cederna Garalur. Este servicio viene ofreciéndose desde los inicios de la Asociación y se ha ido perfeccionando y mejorando, los emprendedores y emprendedoras que disponen de él lo valoran de forma muy positiva.

El plan de empresa lo realizan técnicos del área de empresas y emprendedores de Cederna Garalur. La Asociación lo pone a disposición de los promotores de la Montaña de Navarra y, en todos los casos, es un proceso lógico para poder decidir si un negocio será viable o no.

El resultado de cada plan es muy útil y práctico para las personas o entidades que han decidido poner en marcha un nuevo negocio o actividad.

Destaca el sector turístico

El sector donde mayor número de planes se han elaborado es el turismo, hasta 16 planes realizados, seguido por el Comercio: 10; el sector servicios: 9; empresas agroalimentarias y de distribución alimentaria: 7; Carpinterías: 3; em-



presas del sector industrial: 2 y por último 1 en cada uno de los siguientes sectores: Educación/Integración Social, Artesanía y Agropecuario.

Bidasoa-Malerreka y Bertizarana, muy activas

Por zonas de actuación, la más activa en 2010 ha sido la zona de Bidasoa-Malerreka-Bertizarana donde se han realizado 16 planes de empresas, seguido de Erro-Aezkoa-Esteribar y Aoiz-Lumbier: en ambas zonas se ha realizado 8 planes, respectivamente. Desde

la Sakana se han realizado 7 planes, 3 en Leitzaran-Larraun-Ultzama y Baztan, respectivamente, 2 en la zona de Sangüesa, 1 en los valles de Roncal y Salazar y 2 más en el resto de zonas de actuación..

Cabe destacar que en localidades con poca población el tipo de negocio que más se está moviendo es el turístico, a través de casas rurales o establecimientos turísticos emblemáticos, y que éste es el sector donde más planes de empresa se han realizado.

Por otro lado, el resto de los sectores se representan en localidades con mayor población que pueden dar servicio a toda la comarca.

8 empresas comienzan a diseñar sus planes de Marketing “on line”

La selección de las empresas que han comenzado a participar en esta nueva iniciativa se realizó en los primeros meses de este año. Esta acción ha tenido una excelente acogida por parte de las empresas y se espera que con la finalización de mismo cada una de ellas tenga implantado su plan de Marketing “on line”.



Un momento en la presentación del proceso de formación que las ocho empresas van a recibir.

La experiencia que ahora da comienzo se enmarca en el proyecto RITER que pretende la creación de una Red Tecnológica de Innovación para el Emprendedor Rural. Es un proyecto de cooperación apoyado por el Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino en el que participan grupos de acción local de Aragón, Canarias, Extremadura, Castilla la Mancha, Andalucía, Cataluña y Navarra. Al fin del mismo 80 empresas de todos estos territorios tendrán implantado su plan de marketing “on line” y dispondrán de los conocimientos y herramientas necesarias para un mejor posicionamiento en el mercado.

Para la consecución de este plan de marketing las empresas seleccionadas se comprometen a seguir un plan formativo, tanto presencial como a distancia, recibiendo un apoyo en materia de consultoría y “coaching”.

Formación

Ha dado comienzo el 1 de marzo con dos sesiones presenciales de ocho ho-

ras cada una que se han impartido en Cederna Garalur. Posterior a estas sesiones presenciales dará comienzo la formación “on line” que tendrá una duración de tres meses, al mismo tiempo, cada empresa irá recibiendo la asistencia en consultoría que comenzará con una entrevista personal que permitirá obtener una visión de conjunto para poder ayudarles a implantar su plan de marketing personalizado.

Desde el área de empresas y emprendedores, para el apoyo en esta experiencia, se hará un seguimiento exhaustivo y personalizado de cada proceso para acompañar a las empresas en la puesta en marcha de las recomendaciones propuestas.

Enseñar haciendo

Uno de los objetivos del plan es “enseñar haciendo”, se tomará parte activa en el aprendizaje de las empresas para que éstas realicen un plan que realmente mejore su competitividad en el mercado a través de Internet.

Las 8 empresas participantes van a tener a su disposición a un equipo cualificado y contarán con las herramientas técnicas necesarias para el desarrollo del mismo, entre las que destaca la creación de la “Red Social RITER”, creada expresamente para el proyecto para que todas las empresas integrantes de todas las regiones puedan interactuar y buscar sinergias, posibles puntos de cooperación. Además los contenidos formativos estarán disponibles en una plataforma “e-learning” diseñada expresamente para esta acción.

Los contenidos genéricos en los que se basa la formación individualizada tocarán cuatro grandes temas: el comercio electrónico, el posicionamiento web, la generación de negocio en redes sociales y Web 3.0 y nuevas tecnologías.

El Europe Direct de Cederna Garalur edita un Cd sobre el Programa Ciudadanía Europea

"El hermanamiento es el encuentro de dos municipios que deciden hacer pública su unión para actuar dentro de una perspectiva europea, para contrastar sus problemas y para desarrollar entre ellos unos lazos de amistad cada vez más estrechos". Jean Bareth

PUEDE SOLICITARLO
A TRAVÉS DEL CORREO:
EUROPADIRECT@CEDERNA.ES

O LLAMANDO AL 948
20 70 59.



Imagen del CD realizado por el Europe Direct de Cederna Garalur

Tras la jornada de presentación del Programa Ciudadanía Europea organizado por el Europe Direct el mes de octubre pasado en Javier, el punto de información europea de Cederna Garalur ha recopilado en un cd un amplio material para dar a conocer este programa, en el que se incluye como una de las líneas de actuación prioritarias los hermanamientos de ciudades/municipios y la creación de redes.

Objetivo: difundir información a las entidades locales para impulsar los hermanamientos de municipios y por lo tanto favorecer la cooperación y la comprensión entre los pueblos de Europa.

Favorecer al mismo tiempo el desarrollo del concepto de ciudadanía europea.

Grupo Destinatario: entidades locales y técnicos.

Descripción: El desarrollo de hermanamientos europeos permite a la ciudadanía y a los ayuntamientos compartir experiencias y conocimientos, involucrando directamente a los ciudadanos, llevando de esta forma a nivel local, los beneficios de la integración europea. Permite compartir problemas, intercambiar opiniones y descubrir diferentes puntos de vista sobre temáticas de interés común.

Este CD presenta una recopilación de documentos que pueden ser de interés y apoyo si está interesado/a en hermanarse o crear redes con otros municipios europeos.

Encontrará: acceso a información sobre la historia de los hermanamientos, consejos claves a tener en cuenta, el Programa Ciudadanía Europea que apoya con algunas de sus medidas la financiación de los hermanamientos y la creación de redes de ciudades hermanadas; enlaces de interés como el buscador de socios, rincón de lectura con presentaciones de interés acerca del programa y otros materiales relacionados con esta temática.

Información europea de primera mano: Acceso a la presentación de los programas europeos

Una de las oportunidades que tenemos como miembros de la red Europe Direct es estar informados de primera mano de las novedades en lo referente a los programas europeos y sus convocatorias. La representación de la Comisión Europea en Madrid celebra en sus locales jornadas de presentación de programas europeos abiertos a todas las personas interesadas.

El pasado 20 de enero se presentó en la Representación de la Comisión Europea en España el programa europeo Media. MEDIA es un programa que pretende apoyar a la industria audiovisual europea en su más amplio sentido. En los países que forman parte de la UE, cuenta con puntos de contacto y asistencia: los MEDIAdesks. Esta sesión informativa sobre el programa MEDIA y sus fondos se organizó desde el punto de contacto en Madrid y estuvo moderada por D. Jesús Hernández, Director de la Oficina MEDIA Desk España.

Desde el Europe Direct participamos en la presentación de este modelo de jornadas para estar informados de primera mano de las últimas novedades referentes a los programas y convocatorias europeas.

Desde la Representación de la Comisión Europea en Madrid se invita a la red Europe Direct a comunicar sobre este tipo de sesiones y jornadas, se apoya e impulsa el trabajo en red, entre diferentes redes de contactos europeas, lo que se conoce en las instituciones europeas como networking, trabajando en red.

En el mes de febrero, en San Sebastián, se presentó el programa Cultura. El programa Cultura 2007 - 2013 contribuye al desarrollo de un espacio cultural común a los pueblos europeos, se apoya cada año acontecimientos y proyectos culturales realizados en el marco de una asociación o en forma de redes.

En el mes de marzo se presenta el programa Life + en Madrid tras la publicación de la quinta convocatoria del Programa LIFE+ que destinará en esta ocasión 265,36 millones de euros para cofinanciar proyectos enmarcados en



algunas de sus tres componentes: naturaleza y biodiversidad, política y gobernanza medioambientales e información y comunicación.

El propósito de estas sesiones es informar sobre el contenido de la convoca-

torias 2011 así como ayudar a los posibles solicitantes a decidir si presentar una propuesta o no, resaltando las cuestiones clave a tener en cuenta a la hora de presentar las propuestas con el fin de evitar los problemas más comunes.



ONDIKOL (Diario de Noticias). Representantes de Cederna Garalur y representantes locales durante la visita.

Visita a tres proyectos del Plan de Dinamización Turística “Montaña de Navarra”

El pasado 30 de diciembre, Luis Gárate y Esther Celaya, presidente y directora gerente de Cederna Garalur, respectivamente, el consejero de Cultura y Turismo y el director de turismo del Gobierno de Navarra realizaron una visita para conocer, de primera mano, diferentes proyecto turísticos de las comarcas de Baztan Bidasoa, entre los cuales se encuentran tres proyectos apoyados por el Plan de Dinamización turística “Montaña de Navarra”, gestionada por Cederna Garalur y apoyado financieramente por el Gobierno de Navarra.

Los proyectos son: La recuperación del tramo de Vía Verde Legasa-Doneztebe, el espacio de acogida, información y atención a visitantes en las Cuevas de Urdax/Urdazubi y la renovación de la sonorización de la cueva de Ikaburua.

Cuevas de Urdax/Udazubi

Fueron recibido en Urdax por el alcalde de Santiago Villares quien, acompañado por los técnicos de las cuevas y la agente de desarrollo local para Baztan, mostró el nuevo espacio de acogida, información y atención al visitante.

Otro hito en la visita fue conocer el proyecto de sonorización de las cuevas de Ikaburua con un sistema de protección y ahorro energético. Las obras han consistido en la renovación del sonido así como en la creación de nuevos esce-

narios con elementos de luz y sonido que incorporan elementos de eficiencia energética. Se ha eliminado la proliferación de musgos y líquenes que deterioran el hábitat natural de estos espacios y se mantiene la temperatura adecuada para conservar en perfecto estado las formaciones de estalactitas y estalagmitas y la fauna que albergan las cuevas.

Gracias a estas mejoras el recorrido por la gruta dura ahora hasta 40 minutos. Y pueden descubrirse, además, nuevas especies animales como un arácnido blanco y ciego típico del lugar que se denomina 'abasola sareta', único de sus características en el mundo. Asimismo, especies que antes se podían observar, como los murciélagos, pueden contemplarse ahora con mayor facilidad.

Vía verde Legasa-Doneztebe

Posteriormente, se trasladaron a Doneztebe/Santesteban para interesarse por las actuaciones de reforma en la vía verde entre Legasa y esta localidad. Allí fueron recibidos por el alcalde Miguel San Miguel, el Alcalde de Bertizarana, Andrés Etxenike, Gloria Aguerri, representante de Cederna Garalur para la comarca de Malerreka y la agente de Desarrollo Local para la zona. En este tramo de la vía verde del tren “Txikito” se ha acondicionado el firme y se han colocado protecciones. El proyecto se enmarca en la iniciativa de recuperación de antiguos trazados ferroviarios que se realiza en el ámbito del programa de vías verdes.

“Europa Románica” y el “Turismo de observación de la Naturaleza” presentes en FITUR 2011

El stand del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino en Fitur 2011 acogió diferentes proyectos de cooperación apoyados por la Red Rural Nacional y entre los que se encontraban “Europa Románica” y “Reto Natura-2000” en los que participa Cederna Garalur. Además y en el marco de la feria se celebró la noche Q, en la que recibieron reconocimientos algunas empresas de la Montaña de Navarra. Se conformó así una presencia de calidad, dedicando especial atención a proyectos innovadores desde los que se trabaja para la creación de productos atractivos y de futuro.

El proyecto “Europa Románica”, en el reto de un cambio en el modelo turístico

El sábado 22 de enero en el Stand del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino en FITUR se presentó el proyecto “Europa Románica” a cargo de José Manuel Merino Gutiérrez, gerente de Leadercal Montaña Palentina y coordinador de este proyecto, en el que Cederna Garalur participa.

“Se persigue consolidar productos turísticos responsables y sostenibles en el medio rural de nuestro país”

Se presentaron los objetivos del proyecto, las acciones que se están desarrollando y los grupos que participan y sus territorios. “Europa Románica” es un proyecto de cooperación financiado por el MARM. El Ministerio ofreció a todos los visitantes de su stand en FITUR información de todos los proyectos turísticos que apoya a través de la Red Rural Nacional, y que aparecen reflejados en una publicación bajo el título: “El reto de un cambio en el modelo turístico” donde se destaca, y así lo destacaron los responsables de la Red Rural Nacional del Ministerio en la presentación de los proyectos: “Se persigue consolidar productos turísticos responsables y sostenibles en el medio rural de nuestro país”.

“Europa Románica” es uno de estos proyectos integrado en el ámbito del Patrimonio Cultural. Otro de los proyectos que forman parte de esta línea estratégica de trabajo es el “Reto Natura 2000”.



Stand de Europa Románica

Observación de la Naturaleza

En el marco de esta nueva forma de entender el turismo surge el proyecto Reto Natura 2000, que con motivo de FITUR editó un número especial de la revista "Destino Rural" dedicada íntegramente al proyecto de Cooperación de la Red Rural Nacional: "Reto-Natura 2000", proyecto en el que Cederna Garalur participa junto con otros 29 grupos de acción local de todo el territorio español.

La revista, en cuya portada aparece la salamandra del Irati, recoge en sus 51 páginas: la descripción y objetivos del proyecto y las características de todos los territorios implicados en "Reto-Natura 2000": Aragón, Extremadura, Cantabria, Castilla La Mancha, Castilla León, Cataluña y Navarra.

Cada uno de los grupos de acción local implicados en el proyecto han contado con una página de la revista para presentar su territorio y las visitas imprescindibles al mismo. Todo de forma gráfica y atractiva, lo que convierte la revista en una propuesta de observación de la naturaleza muy interesante.

Se han editado 3.500 ejemplares de la revista, de los cuales 400 se han distribuido en FITUR, 50 se han puesto a disposición de cada grupo para su distribución y 800 se han sacado a la venta en quioscos al precio de 3 euros y el resto se distribuirá por diferentes ferias a lo largo de 2011. La publicación además se puede consultar en la web: revista.destinorural.com

destino rural

04 Especial RETO Natura2000 3€
www.destinorural.com

reto

La España más ecológica invita a conocer su naturaleza y biodiversidad

Red de Espacios de Turismo de Observación de Naturaleza RETO Natura 2000

La Noche Q

El pasado 19 de enero, en el marco de FITUR, se celebró la "noche Q". Volvía a repetirse sede, el Palco de Honor de estadio de fútbol Santiago Bernabéu. Diez establecimientos de la Montaña de Navarra recibían este reconocimiento, algunos por renovar la Q de Calidad Turística, otros por haberla obtenido por primera vez.

En la gala participaron tres de los establecimientos galardonados: el Balneario de Elgorriaga, el Hotel Balneario de Elgorriaga y la Casa Rural Zurgiñenekoa de Izcue. El resto de los alojamientos reconocidos no pudieron acudir, estos son: la Casa

Rural Loretxea I, Reserva Natural de la Foz de Lumbier, el parque Natural del Señorío de Bertiz, el hotel Iru-Bide, el hotel Rural Besaro, el hotel Venta Ultzama y el alojamiento "El Secreto de Ollo".

Acompañaron a los establecimientos con la Q de calidad, Nahikari Uriarte y Soraya Diaz de Cederna Garalur. En la gala participaron cerca de 1.300 personas, estaba organizada por el Instituto para la Calidad Turística (ICTE), entre los participantes se encontraban el Secretario de Estado para Turismo y el presidente del ICTE, Joan Mesquida y Miguel Mirones, respectivamente.



Empresarios navarros recogen su certificación de Calidad, Q de calidad turística

Quienes destacaron el acontecimiento como un referente en FITUR y las empresas reconocidas como un ejemplo de trabajo y buen hacer.



Dña. Manuela Sampaio, Dña. Esther Celaya, Don José Antonio Navarro y Dña. María Montero en el transcurso de la Mesa de Turismo Ecuestre en el Congreso.

“El turismo ecuestre” y “El turismo de reuniones”:
*dos propuestas de futuro
presentadas en el II Congreso
Internacional de Turismo
de Navarra*

Navarra acogió este II Congreso de Turismo rural en el que Cederna Garalur ha participado coordinando dos mesas redondas que han centrado por un lado el turismo ecuestre y por otro el turismo de reuniones.



Participantes en el II Congreso Internacional de Turismo Rural de Navarra en el Baluarte.

El turismo ecuestre, una oportunidad

La mesa redonda: "Turismo ecuestre: Un ejemplo de especialización en turismo rural" estuvo coordinada y moderada por Esther Celaya Carrascal, directora gerente de Cederna Garalur.

El objetivo de la mesa era acercar al sector turístico el ecuestre, como una nueva forma de hacer turismo, con un interesante recorrido y futuro, tal y como se pudo ver por el interés y concreción de las preguntas realizadas en el debate posterior

En la mesa, junto a la moderadora, participaron:

Dña. María Montero, encargada de misiones de turismo en la cámara de agricultura de la región de Orne (Francia) y en representación del Consejo del caballo de Baja Normandía, presentó, entre otras cuestiones, la Organización

ecuestre en su región y, por extensión en Francia, donde tienen una importante tradición en este sector. Habló de las diferentes actividades que se organizan en torno al caballo y los beneficios que se generan.

Dña. Manuela Sampaio, gerente del grupo de acción local portugués Adrepes, quien presentó, entre otros temas, proyectos turísticos ecuestres que habían sido y están siendo apoyados desde su Grupo de Acción Local e hizo hincapié en la importancia de este tipo de turismo para el desarrollo del sector.

En su presentación el Sr. Navarro destacó el interés de poder poner en marcha este tipo de infraestructuras turísticas, para lanzar este nuevo tipo de turismo

Y por último participó Don José Antonio Navarro, gerente del Grupo de Acción Local Adelquivir, cuya presentación se centró en el plan estratégico de desarrollo socioeconómico de su región, sus conclusiones y cómo, a raíz de estas conclusiones han derivado en el desarrollo de dos proyectos ecuestres: uno de ellos finalizado y el otro en proceso de ejecución bajo la denominación Red Europea de Posadas Ecuestres.

Es un proyecto de Cooperación apoyado por el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino. Proyecto transnacional en el que participan 5 Grupos de Acción Local de diversas comunidades autónomas y regiones Europeas: de Andalucía, País Vasco y Navarra en España y Adrepes en Portugal.

En su presentación el Sr. Navarro destacó el interés de poder poner en marcha este tipo de infraestructuras turísticas, para lanzar este nuevo tipo de turismo. Fue desgranando el proyecto y sus perspectivas de trabajo, el camino que todos los socios están recorriendo para ofrecer instrumentos útiles a los empresarios turísticos.

Cederna Garalur forma parte de este proyecto, ya que tal y como la moderadora de la mesa indicó en el congreso "se trata de una nueva alternativa, una oportunidad turística sin desarrollar en nuestra Comunidad Foral".

"La Red Europea de Posadas Ecuestres" es un proyecto en el que participan 5 grupos de acción local de Andalucía, País Vasco, Navarra y Adrepes en Portugal.

RCB-Rural Convention Bureau

Por otro lado, en el marco del Congreso se presentó el proyecto RCB Rural Convention Bureau, proyecto de cooperación coordinado por Cederna Garalur y en el que participan otros 5 grupos de acción local.

Esther Celaya, directora gerente de Cederna Garalur fue la persona encargada de presentar este proyecto que se presenta como una oportunidad importante para promover el turismo de Reuniones en las zonas rurales, consiguiendo de esta manera evitar la estacionalidad del turismo rural, ofrecer nuevos usos a infraestructuras públicas infráutilizadas, y poner en el mercado del turismo de reuniones una oferta de producto que cada vez está más demandada por parte de los organizadores de eventos, reuniones, congresos, etc...



El turismo ecuestre, una oportunidad por explotar

CONGRESO

Así lo constató Don Raimond Torrens, responsable de la agencia Torrens & Friends de Barcelona dedicada a la organización de eventos: "las empresas buscan lugares apartados, tranquilos, espacios de trabajo con posibilidades de ocio, riqueza natural...el medio rural tiene ventaja en este aspecto..."

El proyecto formaba parte de una mesa redonda en la que se ofrecía la visión de diferentes posibilidades de Turismo de Reuniones: así Dña. Nuria Valverde presentó la experiencia de "Reuniones entre volcanes de Olot" y Ruben Arnandis ofreció una visión del trabajo que desde hace dos años ha realizado el "Convention Bureau" de Interior de la Comunidad de Valencia (CBI Valencia).

El turismo de reuniones y en concreto el proyecto "Rural Convention Bureau" fue acogido con interés y se establecieron diversos contactos por parte de territorios de diferentes comunidades autónomas españolas.

Ambas presentaciones constatan que el trabajo que los grupos de acción local están desarrollando en el marco de la Red Rural Nacional se conforman como estrategias de futuro para una revitalización y diversificación del sector turístico.

Visita de campo

Aprovechando la estancia en Navarra, los ponentes participantes de la mesa dedicada al turismo ecuestre tuvieron la oportunidad de conocer diversas experiencias en este ámbito, algunas consolidadas y otras en proceso de desarrollo. Quedaron gratamente sorprendidos de las iniciativas e infraestructuras así como de las posibilidades de futuro.

Como resultado de esta visita de campo, en la reunión de coordinación del proyecto "Red Europea de Posadas Ecuestres", que tuvo lugar en Madrid el día 22 de febrero, se decidió que el siguiente encuentro de todos los socios de este proyecto se desarrollara en el territorio de la Montaña de Navarra, por lo que antes del verano tendrá lugar este encuentro, que durará varios días en el que todos los socios del proyecto podrán conocer de primera mano estas experiencias, además de continuar con el trabajo de seguimiento del proyecto y la constatación de sus avances.

Reinventar para atraer

Bajo el lema "Reinventar para atraer" se desarrolló este II Congreso Internacional de Turismo Rural de Navarra" entre los días 17 y 18 de febrero en el que Cederna Garalur ha participado y colaborado y por el que han pasado diversas experiencias que han sido presentados en mesas redondas estructuradas en cuatro temas:

- La importancia de la innovación para reinventar los negocios vinculados al turismo rural: las nuevas tecnologías al servicio del turismo rural.



Turismo de Reuniones en la Montaña de Navarra

Bajo el lema "Reinventar para atraer" se desarrolló este II Congreso Internacional de Turismo Rural de Navarra"

- Las nuevas formas de promoción para atraer a más viajeros, para lo que se contó con representantes destacados de los distintos canales de promoción on line.
- Nuevas oportunidades de comercialización en turismo rural: estrategias para atraer a más turistas, nuevos sistemas de comercialización.
- La importancia de la especialización a través de la creación de experiencias únicas. En este punto se presentaron propuestas realizadas en diferentes países europeos.

El Congreso estaba organizado por la Federación de Turismo Rural de Navarra y por el Gobierno de Navarra y coordinado técnicamente por Navartur, que contó con diversas entidades para la coordinación del mismo. Participaron en el 250 personas del sector, tanto de Navarra como de otras regiones y diversos lugares de Europa.

Fue inaugurado por el Consejero de Cultura y Turismo del Gobierno de Navarra, Don Juan Ramón Corpsa y por la presidenta de la Federación de Turismo Rural, Dña. Txus Rey. La clausura corrió a cargo del director general de Turismo, Don Carlos Erce quien destacó el interés de la realización de iniciativas de este tipo.

Política turística



Esther Celaya Carrascal
Directora Gerente . Cederna Garalur
Autor: J.B.C

El turismo ha pasado a ser considerado una industria estratégica en muchas regiones y países. Gobiernos que han apostado por realizar una profunda medición, dejando de lado los indicadores básicos tradicionales tales como el nº de visitantes o nº de pernoctaciones y optando por una mayor seriedad y rigurosidad, mediante la utilización de instrumentos más precisos, en un análisis mucho más profundo que permite valorar su impacto económico y que han constatado el papel central que ejerce este sector en su sistema productivo.

Y es que en muchos casos nos encontramos frente a una industria relevante por sus muchas aportaciones: al empleo,

al PIB, al consumo interno, a las exportaciones o a los presupuestos de ingresos de las administraciones públicas a través de los impuestos recaudados, entre otras.

Ahora bien, El mundo turístico es cada vez más complejo.



De un lado existen más destinos y por lo tanto más propuestas turísticas y de ocio se introducen y compiten en el mercado, de otro lado nos encontramos con un cliente cada vez más experto y todo ello, en un entorno tecnológico cambiante. Por lo tanto, este nuevo marco turístico nos obliga a asumir un primer reto:

La construcción de una nueva carta de servicios y productos (renovando los ya existentes o generando nuevas líneas de producto) bajo un modelo de gestión adecuado y orientado hacia este nuevo cliente que, por supuesto y como siempre, es el centro del negocio.

Ahora bien, la cuestión es cómo orientarnos hacia un destino turístico perdurable en el tiempo. La respuesta deriva hacia la necesidad de una primera selección y priorización estratégica de los sectores turísticos en los que el destino puede competir con éxito, comparativa y competitivamente hablando.

Una selección realizada con una visión alejada del corto plazo y que cuente también con el impulso de las administraciones.

Sectores que nos permitan atraer clientes idóneos, con mayor capacidad de gasto, clientes menos sensibles a los períodos, como el actual, de incertidumbre y cuya huella económica sea más potente. Se trata de un perfil de turismo que contribuya intensamente a la recuperación económica de las inversiones turísticas privadas y públicas necesarias para acoger y para estimular al turismo.

Y es que si queremos un destino de referencia, éste ha de competir con valentía, con fuerza frente a otros destinos tradicionales o emergentes, pero siempre por la vía de la innovación.

Si hace unos años, las estrategias de promoción o de bajada de precios podían llegar a ser válidas, hoy son demasiado simples.

El posicionamiento de un destino, como destino de referencia precisa de una orientación hacia la diferenciación por



su gama de productos, su calidad o su profesionalidad frente al precio.

Esta afirmación cobra aún más peso cuando nos orientamos hacia un turismo exterior, en el que la competencia por precio o promoción es en muchos casos tarea imposible.

Pues bien, en aras de contribuir a la consolidación de Navarra como destino turístico de referencia a través de productos novedosos, Cederna Garalur se encuentra aplicada en diferentes iniciativas turísticas. Para el II congreso internacional de turismo rural, recientemente celebrado en Pamplona, se coordinaron desde la Asociación dos mesas sobre dos temas en los que nos encontramos trabajando a través de proyectos financiados por el Ministerio de medio ambiente, medio rural y marino: turismo ecuestre y turismo de reuniones en el entorno rural.

El Turismo Ecuestre es un tipo de turismo especializado basado en el caballo como componente principal y dirigido a un cliente específico.

El mundo del caballo desde la óptica de ocio mueve millones de personas al año en todo el mundo. Turistas que tienen sus preferencias a la hora de seleccionar el destino.

“Si queremos un destino de referencia, éste ha de competir con valentía, con fuerza frente a otros destinos tradicionales o emergentes, pero siempre por la vía de la innovación”

Sin embargo, en ocasiones, la preferencia del turista por estos destinos no se ve acompañada con la existencia de servicios e infraestructuras adecuadas para la práctica del turismo ecuestre, lo que origina que estos turistas se vean forzados a seleccionar otros destinos, distintos a los de su elección inicial, pero donde el turismo ecuestre es factible.

Algunos países hace tiempo vieron en este sector una oportunidad y así por ejemplo Francia, Alemania, Canadá o EEUU, ya han desarrollado esta modalidad de turismo en sus territorios con éxito.

Estas experiencias constatan que a pesar de ser un tipo de turismo muy es-

pecializado, es una propuesta con posibilidades.

Ahora bien, su desarrollo, como casi siempre que nos encontramos frente a una oportunidad, supone un importante reto. Y hablamos de reto porque pensando en un desarrollo completo será necesario conjugar diferentes voluntades y competencias, ya que la posibilidad de implantación de este turismo depende de la resolución de cuestiones clave que afectan a diferentes materias, como medio ambiente, urbanismo, ganadería, turismo, deporte, etc. Este tema ahora apuntado, sobre la necesidad de coordinación y cooperación desde las diferentes competencias en el desarrollo del turismo ecuestre, es un tema extrapolable a la necesidad de coordinación permanente para el logro de un verdadero y lógico desarrollo integral turístico. Un desarrollo turístico estratégico requiere conjugar y coordinar decisiones de diferente naturaleza pero que influyen directamente en la competitividad turística.

Lógicamente a partir del turismo ecuestre (a caballo o de caballo) se pueden desarrollar muchísimos productos diferenciados, más o menos complejos, dirigidos también a segmentos diferentes de clientes, nacionales y lógicamente internacionales.

El abanico de productos turísticos ecuestres es amplio, y sus posibilidades dependerán de las propias características del destino, de la calidad de los componentes básicos y complementarios del producto y de la propia capacidad de creación.

El turismo de reuniones. La montaña de Navarra, por sí misma, configura un gran argumento de visita a Navarra. En su espacio, cuenta con algunos de los iconos turísticos más interesantes de la Comunidad, además de pueblos y na-

“Un desarrollo turístico estratégico requiere conjugar y coordinar decisiones de diferente naturaleza pero que influyen directamente en la competitividad turística”

turaleza que constituyen el modelo del paisaje y del turismo rural.

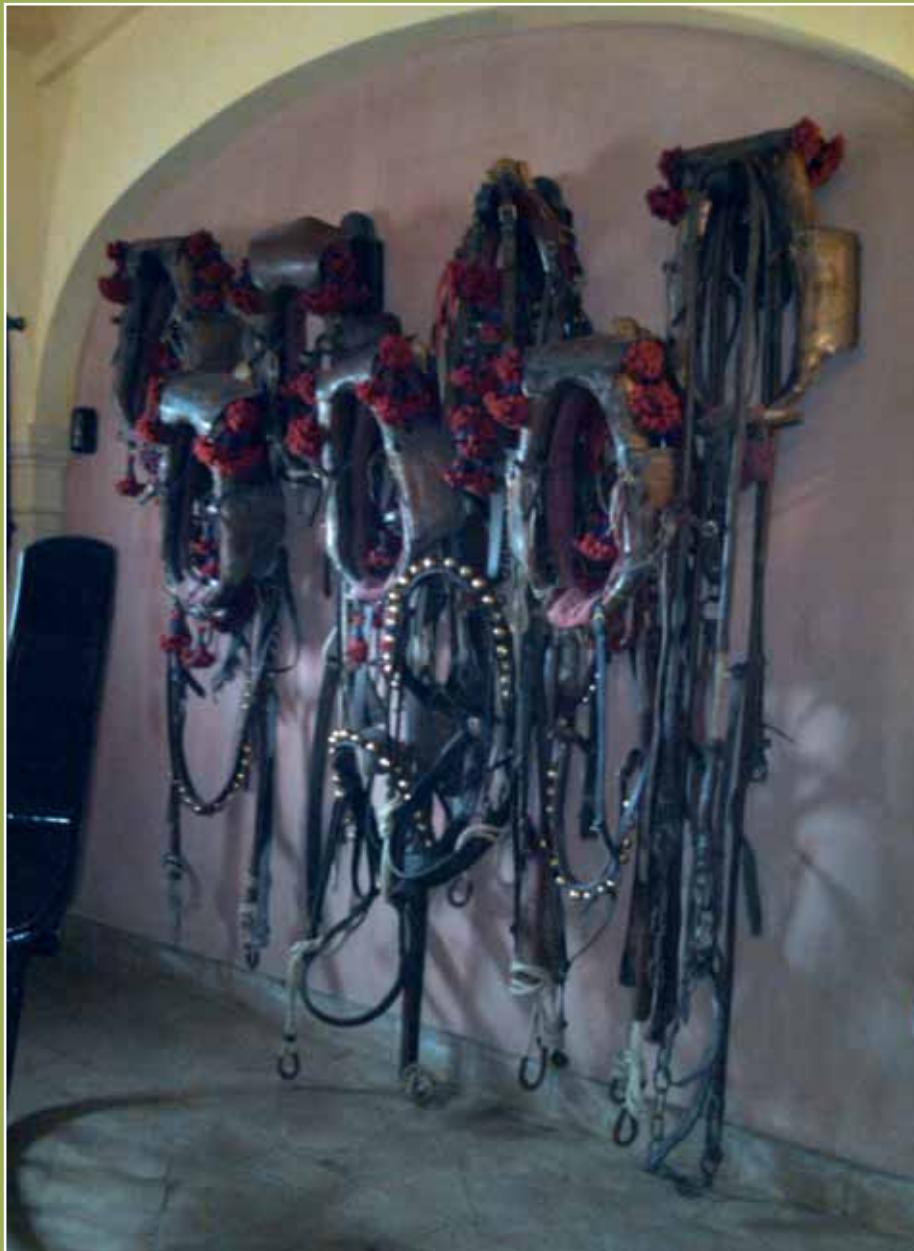
El turismo de Reuniones es un mercado en expansión que tradicionalmente se ha venido desarrollando en las ciudades, y en este marco, el papel que ha desempeñado el medio rural es el de aportar la imagen atractiva de entorno a la reunión o facilitar el espacio para desarrollar actividades complementarias a los eventos. Sin embargo, ha nacido un interés por explorar nuevos espacios, capaces de ofrecer ciertas particularidades, y es aquí donde las zonas rurales pueden encontrar su hueco.

La situación es interesante, ya que nos encontramos con atractivos lógicos rurales capaces de satisfacer las demandas del turismo de reuniones y donde se han ido desarrollando infraestructuras culturales y multiusos y que pueden ser válidas para celebrar, seminarios, pequeños congresos y reuniones.

Lógicamente el interés por incorporarse al mercado de reuniones se encuentra en la posibilidad de acceder a los beneficios que se desprenden de este sector. Un segmento más rentable que el turismo tradicional, cuya estacionalidad es opuesta a la del turismo vacaciones y que aporta una imagen de calidad al destino.

Con el objetivo de rentabilizar las infraestructuras ya existentes y a menudo infrautilizadas, de generar negocio para las empresas locales y de fortalecer al sector turístico rural se está trabajando en la creación de una nueva propuesta atractiva y profesional. Por supuesto no se trata de competir con las sedes de las ciudades ofreciendo lo mismo. Los territorios rurales, han de ser capaces de concretar su oferta, basada en los valores propios.

*Esther Celaya Carrascal
Directora Gerente. Cederna Garalur*



FORMACIÓN PARA PYMES Y EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA MONTAÑA DE NAVARRA

Cederna Garalur con el apoyo del programa PDR-Montaña de Navarra realizará durante el año 2011 los siguientes cursos:

Curso	Dirigido a	Lugar	Días	Horario
Gestión de Costes en las Pymes	Pymes de todos los sectores	Aoiz	2 y 4 de marzo	9,30-12,30
Gestión de facturación y cobros			9 y 11 de marzo	
Marketing empresarial y creación de Blogs		Lumbier	15,17,22 y 24 de marzo	
Marketing empresarial y Redes Sociales			29 y 31 de marzo	
Marketing turístico y Creación de Blogs	Pymes del sector turístico	Zugarramurdi	28 feb, 2 y 4 de marzo	9,00-13,00
		Aoiz	7, 9 y 11 de marzo	
		Lumbier	14, 16 y 18 de marzo	
		Erro	21, 23 y 25 de marzo	
		Arive	28, 30 de marzo, 1 de abril	
Marketing empresarial y creación de Blogs	Pymes de todos los sectores	Arbizu	5,7, 12 y 14 de abril	9,30-12,30
Marketing turístico y Creación de Blogs	Pymes del sector turístico	Roncal	4, 6 y 8 de abril	9,00-13,00
Gestión de Costes en las Pymes	Pymes de todos los sectores	Iciz (Valle Salazar)	6 y 8 de abril	9,30-12,30
Marketing turístico y Creación de Blogs	Pymes del sector turístico		11, 13 y 15 de abril	9,00-13,00
Gestión de facturación y cobros	Pymes de todos los sectores	Arbizu	13 y 15 de abril	9,30-12,30
Marketing empresarial y Redes Sociales	Pymes del sector turístico		3 y 5 de mayo	
Marketing turístico y Creación de Blogs	Pymes del sector turístico	Sangüesa	9, 11 y 13 de mayo	9,00-13,00
Marketing empresarial y creación de Blogs	Pymes de todos los sectores	Doneztebe	10,12,17 y 19 de mayo	9,30-12,30
Gestión de Costes en las Pymes		Doneztebe	11 y 13 de mayo	
Marketing turístico y Creación de Blogs	Pymes del sector turístico	Doneztebe	16, 18 y 20 de mayo	9,00-13,00
Gestión de facturación y cobros	Pymes de todos los sectores	Doneztebe	18 y 20 de mayo	9,30-12,30
Marketing turístico y Creación de Blogs	Pymes del sector turístico	Elizondo	23,25 y 27 de mayo	9,00-13,00
Marketing empresarial y Redes Sociales	Pymes de todos los sectores	Doneztebe	24 y 26 de mayo	9,30-12,30
Marketing empresarial y creación de Blogs		Aoiz	31 mayo, 2, 7 y 9 de junio	
Gestión de Costes en las Pymes		Sangüesa	8 y 10 de junio	
Marketing empresarial y Redes Sociales		Aoiz	14 y 16 de junio	
Gestión de facturación y cobros		Sangüesa	15 y 17 de junio	
Marketing empresarial y creación de Blogs		Elizondo	13, 15, 20 y 22 de septiembre	
Gestión de Costes en las Pymes		Elizondo	21 y 23 de septiembre	
Marketing turístico y Redes Sociales	Pymes del sector turístico	Doneztebe	23 y 30 de septiembre	9,00-13,00
Marketing empresarial y Redes Sociales	Pymes de todos los sectores	Elizondo	27 y 29 de septiembre	9,30-12,30
Gestión de facturación y cobros		Elizondo	28 y 30 de septiembre	
Marketing turístico y Redes Sociales	Pymes del sector turístico	Elizondo	3 y 4 octubre	9,00-13,00
Marketing turístico y Redes Sociales		Lekunberri	5 y 6 octubre	
Marketing empresarial y creación de Blogs	Pymes de todos los sectores	Lesaka	7, 14, 21 y 28 de octubre	9,30-12,30
Marketing turístico y Redes Sociales	Pymes del sector turístico	Lesaka	17 y 18 de octubre	9,00-13,00
Marketing turístico y Redes Sociales		Larraintzar	19 y 20 de octubre	
Gestión de Costes en las Pymes	Pymes de todos los sectores	Lesaka	19 y 21 de octubre	9,30-12,30
Marketing turístico y Redes Sociales	Pymes del sector turístico	Zugarramurdi	24 y 25 de octubre	9,00-13,00
Gestión de facturación y cobros	Pymes de todos los sectores	Lesaka	26 y 28 de octubre	9,30-12,30
Marketing turístico y Redes Sociales	Pymes del sector turístico	Arbizu	26 y 27 de octubre	9,00-13,00
Marketing empresarial y Redes Sociales	Pymes de todos los sectores	Lesaka	4 y 11 de noviembre	9,30-12,30
Marketing turístico y Redes Sociales	Pymes del sector turístico	Arive	7 y 8 de noviembre	9,00-13,00
		Salazar	9 y 10 de noviembre	
		Erro	14 y 15 de noviembre	
		Aoiz	16 y 17 de noviembre	
		Sangüesa	18 y 19 de noviembre	
		Roncal	21 y 22 de noviembre	
		Lumbier	23 y 24 de noviembre	

(*) Pueden cambiarse sedes o fechas de los cursos por tema de organización. Algo que si sucede se comunicará con el suficiente tiempo.

Cedema Galaria Elikarteak, Narratoko mendialdea – LGP, programen sosteniblekin, honako ikastaro hauek ematen ditu 2011n zehera:

**PRESTAKUNTZA, NAFARRAKO MENDIALDEKO ETEGI ETA TURISMO SEK-
TORREKO ENPRESEI ZUZENDUTA**