

ikei

JORNADAS TÉCNICAS
SAGARDUN

informe final
(ref. E3473 v001)

27 / Noviembre / 2009



ÍNDICE

1. **Un municipio desanexionado en 1987, con un desarrollo económico positivo**
 - 1.1. La proximidad y la accesibilidad facilitan el crecimiento poblacional
 - 1.2. La población más joven y más "ocupada/activa"
 - 1.3. La industria y los servicios ganan terreno
2. **Una identidad reconocida en el exterior**
 - 2.1. Un claro elemento diferenciador en un municipio próximo a la capital
3. **Una tradición convertida en un fenómeno de masas**
 - 3.1. Con un componente cultural
 - 3.2. Con un componente económico sectorial
 - 3.3. Con impactos para terceros
4. **Un producto con una creciente implantación**
 - 4.1. La constante búsqueda de la calidad del producto
 - 4.2. El proceso de modernización y cambio de imagen en la botella
 - 4.3. La apertura a nuevos mercados
5. **Una actividad con un gran potencial de atraktividad fuera del txotx**
 - 5.1. Que cuenta con un sector organizado y con proyectos de futuro
 - 5.2. Que para convertirse en "recurso turístico" precisa una ordenación y una estrategia
 - 5.3. Que debe aprender a colaborar de manera integral con otras actividades e instituciones
6. **Síntesis**
 - 6.1. Posicionamiento
 - 6.2. Impactos de arrastre sectorial
 - 6.3. Impactos a amortiguar, reorientar
 - 6.4. Futuro

Anexo. Relación de entidades entrevistadas y de fuentes de información

UN MUNICIPIO DESANEXIONADO EN 1987, CON UN DESARROLLO ECONÓMICO POSITIVO

- 1.1. La proximidad y la accesibilidad facilitan el crecimiento poblacional
- 1.2. La población más joven y más “ocupada/activa”
- 1.3. La industria y los servicios ganan terreno

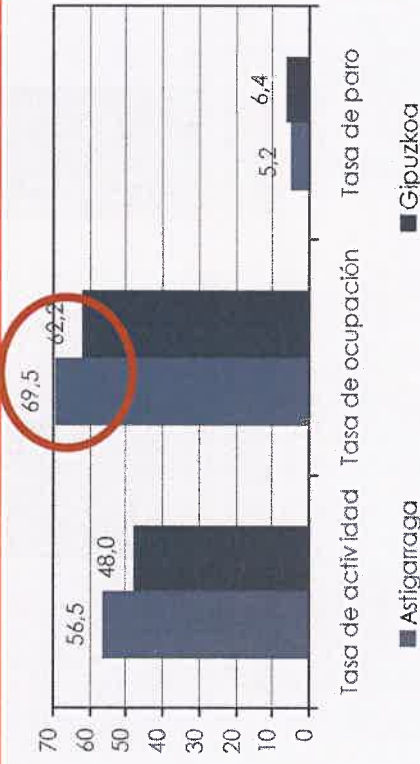


1.

1. UN MUNICIPIO DESANEXIONADO EN 1987, CON UN DESARROLLO ECONÓMICO POSITIVO

1.2 La población más joven y más "ocupada/activa"

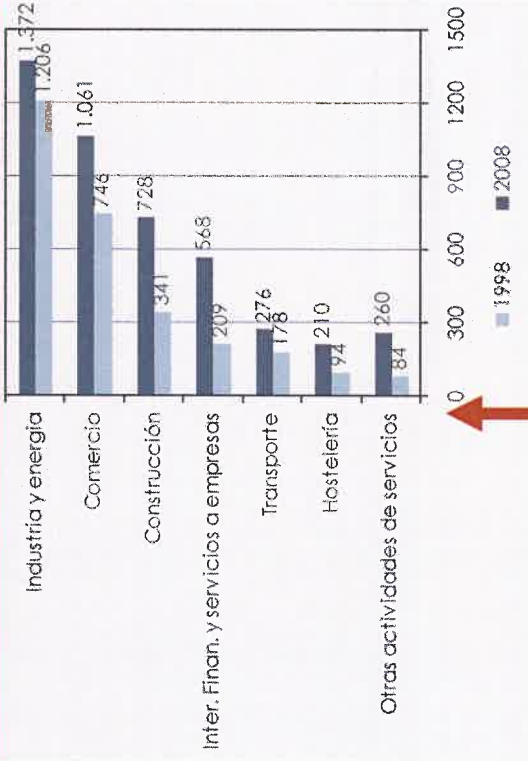
Tasas de actividad, ocupación y paro



Fuente: Udalmap. Departamento de Economía y Hacienda del Gobierno Vasco.

- La población de Astigarraga presenta una mejor relación con el empleo que la guipuzcoana.
- Sus tasas de actividad y ocupación son más elevadas.

Evolución del empleo



- En términos de crecimiento de empleo los sectores más dinámicos han sido:
 - otras actividades de servicios (+209%)
 - intermediación financiera (+172%)
 - hostelería (+123%)
 - construcción (+113%)

1. UN MUNICIPIO DESANEXIONADO EN 1987, CON UN DESARROLLO ECONÓMICO POSITIVO

1.3 La industria y los servicios ganan terreno

Bidebitarte: 21,1% de los establecimientos



Ubarburu: 19,5% de los establecimientos



Zamoka: 15,2% de los establecimientos



Txalaka: 4,5% de los establecimientos

Txalaka-Araneder: 4% de los establecimientos



La localización de los establecimientos en base a polígonos industriales circundantes contribuye a mantener la calidad residencial y terciaria del Casco de Astigarraga.

Desde el punto de vista territorial la actividad se concentra en cinco polígonos industriales que rodean el municipio:

- Bidebitarte (192 empresas) Zamoka (junto a Ergobia) (138 empresas) Ubarburu (pegado a Martutene) (177 empresas) Txalaka-Araneder (36 empresas); y Txalaka (41 empresas)

Los polígonos industriales que rodean el municipio de Astigarraga, suponen el 64,3% de los establecimientos totales y aproximadamente el 85% del empleo.

Está en perspectiva la creación de un **nuevo polígono en Zarkumendegi**, junto a la carretera de Oartzun.

2.

UNA IDENTIDAD RECONOCIDA EN EL EXTERIOR

- 2.1. Un claro elemento diferenciador en un municipio próximo a la capital

2. UNA IDENTIDAD RECONOCIDA EN EL EXTERIOR

2.1 Un claro elemento diferenciador en un municipio próximo a la capital



Elevada concentración de sidrerías en Astigarraga

- Astigarraga considerada capital de la sidra.
- Cuenta con **19 sidrerías** repartidas por el municipio.
- Entre ellas algunas de los elaboradoras más grandes.
- En la época del Txotx las sidrerías suman casi **3.700 plazas** para comensales.
- Supone una capacidad media en torno a 195 comensales por sidrería aunque los tamaños varían desde 100 comensales hasta 400.
- 4 sidrerías tienen 300 o más plazas.



Fuente: Astigarragako Udala

2. UNA IDENTIDAD RECONOCIDA EN EL EXTERIOR

2.1 Un claro elemento diferenciador en un municipio próximo a la capital

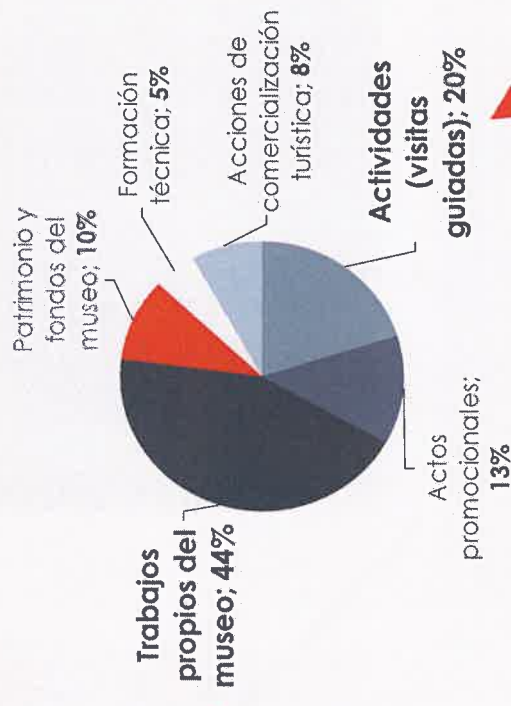
Sagardoetxea, una iniciativa de referencia sobre el mundo sidrero, ubicada en Astigarraga

- Nacida para la promoción sociocultural de la sidra.
- Promueve actividades de índole muy diversa que refuerzan la condición de Astigarraga como municipio sidrero.



- Las actividades propias del Museo incluyen el Centro de Documentación, el archivo, publicaciones, investigación, acción cultural.

ACTIVIDADES SAGARDOETXEA



Fuente: Sagardoetxea

2. UNA IDENTIDAD RECONOCIDA EN EL EXTERIOR

2.1 Un claro elemento diferenciador en un municipio próximo a la capital

El aumento de la afluencia a Sagardoetxea contribuye a reforzar la identidad sidrera de Astigarraga

Indicadores de asistencia y participación

	2007	2009	Incr. %
ASISTENTES SAGARDOETXEA			
TOTAL	8.187	14.970	+82,9%
Actividades			
Total actividades	4.282	7.371	+72,1%
Visitas Guiadas	4.200	5.890	+40,2%
Otras actividades	82	1.481	+1706,1%
Actos promocionales			
Total actos promocionales	3.870	7.505	+93,9%
Sagardo Berriairen Eguna	450	400	-11,1%
Temporada txotx Sagardoetxea	1.691	2.105	+24,5%
Santa Ana	1.000	3.200	+220,0%
Sagar Uzta	729	1.800	+146,9%
Otros			
Total otros	35	94	168,6%

Fuente: Sagardoetxea.

- En lo que va de año **casi 15.000 personas** han participado en las diferentes actividades y actos promovidos por Sagardoetxea.



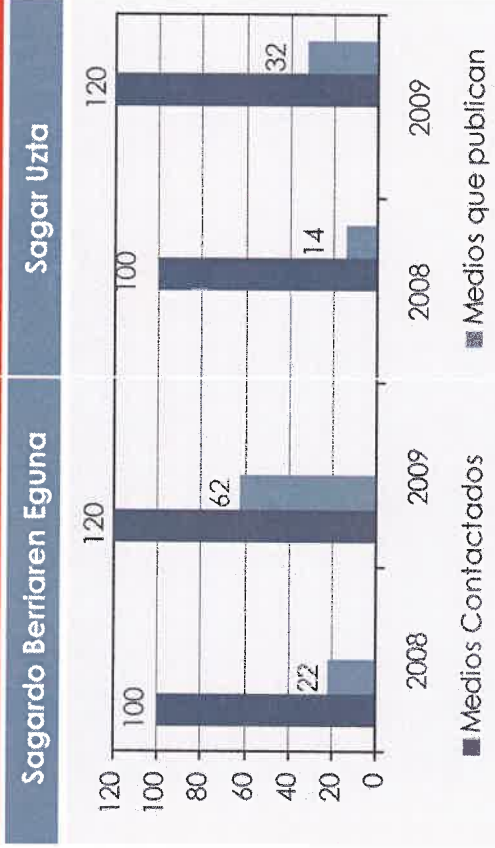
- Entre 2007 y 2009 los asistentes a las visitas guiadas han aumentado un +40%.
- Se consolida el **Sagardo Eguna** de Astigarraga que se celebra el día de Santa Ana (Fiestas Patronales del municipio).
- Los accesos a la página web se duplicaron entre 2007 y 2009 y pasan de 9.320 a 18.646.

2. UNA IDENTIDAD RECONOCIDA EN EL EXTERIOR

2.1 Un claro elemento diferenciador en un municipio próximo a la capital

El interés que despierta la Sagardoa se ve también reflejado en los medios de comunicación

Medios contactados y medios que publican



- Aumenta el interés mediático del **Sagardo Berriaren Eguna** de Astigarraga.
- En 2008 se hicieron eco del mismo el 22% de los medios contactados.
- En 2009 lo hacen el 62%.

- El número total de impactos en medios es, en 2009, de 94, frente a 35 en 2007 (+169%).
- 58 son en prensa escrita (14 en 2007)
- 27 impactos son en radio (19 en 2007)
- 9 impactos en tv (2 en 2007)

2. UNA IDENTIDAD RECONOCIDA EN EL EXTERIOR

2.1 Un claro elemento diferenciador en un municipio próximo a la capital

Una identidad también reconocida por agentes turísticos en sus estrategias de comunicación

Astigarraga y la sidra promocionada por la Diputación Foral de Gipuzkoa:

- **De Sidrerías todo el Año**, es el título del espacio destacado en la portada de la página web del Departamento de Turismo de la Diputación Foral de Gipuzkoa
- **Sidra a un paso de la capital**, es un mensaje en la comarca de Donostialdea. Se invita a un itinerario que incluye comer en una sidrería.
- **Elige tu zona**, menú de acceso que permite elegir Astigarraga, municipio que se presenta como Capital de la Sidra.
- **Elige tu plan**, Eligiendo el **Gastronómico**, presentan las **sidrerías** como "espacio único", espacios gratos para charlar y el paladar.
- **Plan Gastronómico** que pone en valor:
 - **Sidra y txakolí**, presentadas como bebidas autóctonas, tradicionales, kupelas, catas, menú de sidrería, Txotx, tradición. Link a **capital de la sidra** (Astigarraga) y a sidrerías.
 - **Alimentos de Calidad**, donde sí se menciona el queso y el txakolí pero no la sidra.
 - **Museos**, donde se menciona de forma destacada **Sagardoetxea**
- **La escapada: la ruta del paladar:** donde se sugiere nuevamente Astigarraga



- Astigarraga capital de la Sidra, un mensaje destacado en la Diputación Foral de Gipuzkoa.
- La sidra ausente en las referencias a productos con K de calidad como sí lo están el queso y el txakolí.



UNA TRADICIÓN CONVERTIDA EN UN FENÓMENO DE MASAS

- 3.1. Con un componente cultural
- 3.2. Con un componente económico sectorial
- 3.3. Con impactos para terceros

3. UNA TRADICIÓN CONVERTIDA EN UN FENÓMENO DE MASAS

3.1 Con un componente cultural

La Sagardoa como forma tradicional de elaborar la sidra: impactos reconocidos

- **Un hecho**

La concentración de sidrerías en Astigarraga ha hecho posible que este municipio quede vinculado a la manera tradicional de elaborar la sidra, a la Sagardoa, aunque esta tradición la comparten sidrerías de otros municipios (Hernani, Usurbil, ...).

- **Un testimonio**

El de la cultura rural autóctona y un **proceso artesanal que no renuncia a la calidad.** 😊

- **Un saber hacer**

El del **sidrero** que ha sabido mantener su condición protagonista en el ritual de la cata; el conocedor del producto que contribuye a descubrir sus cualidades

- **Una experiencia**



Un **rito** que invita a la experiencia colectiva, a la relación social pero también a confirmar el proceso de elaboración (las kupelas) y tener sensaciones directas derivadas del espacio (la propia bodega, la temperatura, el olor, la llamada del sidrero, el txotx...).

Unos **15 millones anuales de litros producidos**

90% consumidos en botella

10% consumidos en txotx



▪ **La figura y la intervención del Sagardogile aparece como eje central de la convivencia cívica dentro de las sidrerías y la pervivencia de esta dimensión cultural de la Sagardoa**

3. UNA TRADICIÓN CONVERTIDA EN UN FENÓMENO DE MASAS

3.2 Con un componente económico sectorial

En Astigarraga conviven sidrerías con orientación de negocio diferente

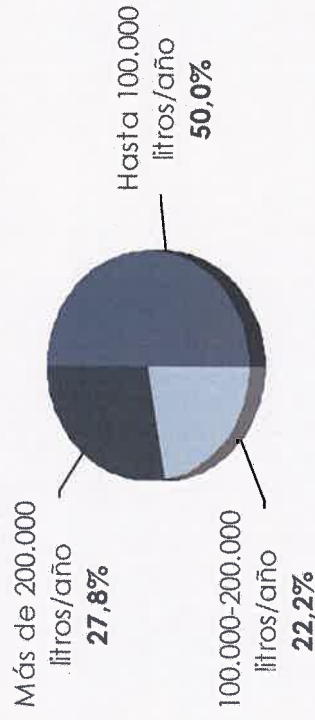
- **Un hecho**

La capacidad de producción de las sidrerías de Astigarraga es heterogénea

- **Una consecuencia**

Supone que conviven sidrerías con una producción propia pequeña dirigida principalmente al txotx y sidrerías con una gran producción orientada mayoritariamente a la comercialización en botella. En el caso de las primeras, aumenta su condición de negocios de hostelería.

Distribución sidrerías según volumen de producción



- **De las 19 sidrerías de Astigarraga, en torno al 72% serían sidrerías pequeñas** en cuanto a producción y orientadas principalmente al txotx.
- Su producción anual conjunta se estima que representa aproximadamente el 10% de la producción total de sidra.
- En Astigarraga están **también 4 ó 5 sidrerías de las consideradas grandes del Sector** (El Grupo Taldea representa el 40% de la producción total)
- Orientadas mayoritariamente a la botella, son claros referentes en el mundo sidrero.

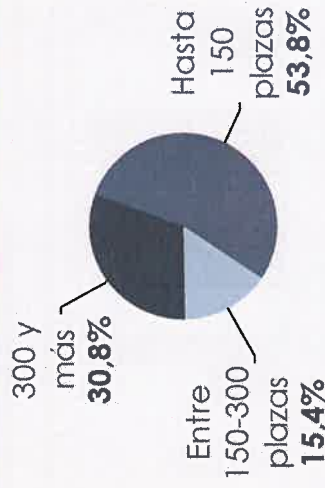
- **Astigarraga como municipio sidrero está posicionado tanto en el segmento de sidrerías que pueden considerarse más vinculadas a la hostelería como en el segmento de grandes productoras.**

3. UNA TRADICIÓN CONVERTIDA EN UN FENÓMENO DE MASAS

3.2 Con un componente económico sectorial

La temporada del Txotx resulta decisiva para ambos tipos de sidrería

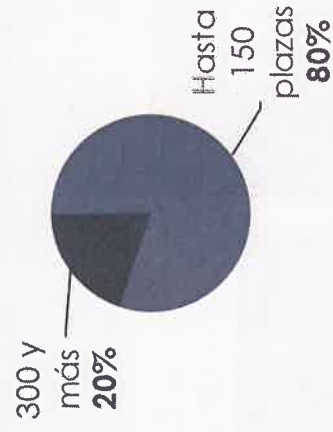
Distribución sidrerías según capacidad comensales.
Sidrerías con producción inferior a 200.000 litros.



- Las sidrerías con producción anual inferior a 200.000 litros aportan en temporada del Txotx el 74% de las plazas para comensales. 😊
- Para ellos **mantenerse como elaboradores tradicionales es posible gracias a la temporada del Txotx**, que según estimaciones puede suponer aproximadamente el 70% de su actividad anual.

- En las sidrerías grandes el Txotx tiene **mayoritariamente una condición de escaparate** para la venta de botella por lo que su importancia en el cómputo de la actividad es muy inferior. 😊
- Es una oportunidad envidiada desde otros sectores que ven que es el cliente de su mercado natural de proximidad el que **se acerca al proveedor**.
- En términos de plazas para comensales la mayoría son pequeñas. En temporada de Txotx aportan el 26% de las plazas disponibles.

Distribución sidrerías según capacidad comensales.
Sidrerías con producción superior a 200.000 litros.

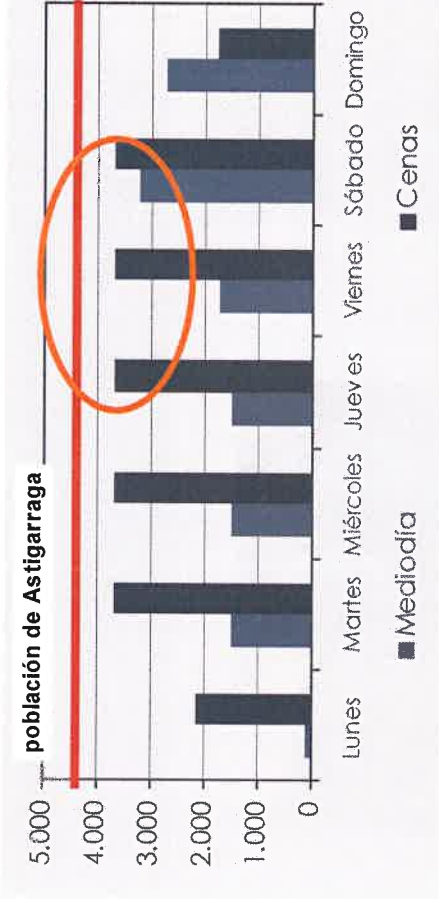


3. UNA TRADICIÓN CONVERTIDA EN UN FENÓMENO DE MASAS

3.2 Con un componente económico sectorial

Una aproximación cuantitativa a la asistencia al Txotx

Capacidad máxima de acogida



Estimación de ocupación de las plazas. %

	L	M	X	J	V	S	D
Cenas	10	10	10	30	95	95	20
Comidas	5	5	5	10	10	95	80

Se percibe un incremento de ocupación al mediodía, especialmente en fines de semana. Una oportunidad a desarrollar



- Al 100% de ocupación diaria, Astigarraga podría acoger 5.000 personas/día en temporada de Txotx.
- La realidad es que la ocupación varía mucho entre semana y el fin de semana, y según sea cena o comida.
- Una estimación media semanal de ocupación en torno al 44% (resultado de aplicar diferentes ocupaciones según día y hora) supondría una cifra diaria en temporada de Txotx de unas **2.200 personas/día**.
- La temporada del Txotx dura aproximadamente unos 120 días.
- Supondría que Astigarraga recibe a lo largo de la temporada del Txotx en torno a unas **260.000 personas**. (depende del **factor de repetición** entre 173 mil (1,5) y 130 mil (2))



3. UNA TRADICIÓN CONVERTIDA EN UN FENÓMENO DE MASAS

3.2 Con un componente económico sectorial

La hostelería de Astigarraga participa de la temporada del Txotx

- 18 establecimientos de hostelería en Astigarraga, de los cuales 13 en el Casco.
- La temporada del Txotx es vital para este sector.
- Se estima que puede representar en torno al 75% de la actividad anual.
- Prácticamente todos los establecimientos refuerzan el empleo: bien mediante contratación de personal fijo temporal para la temporada completa (3-4 meses) o bien para fin de semana.



▪ Limitada capacidad de arrastre para otras actividades en el municipio

▪ Empleo directo:

El refuerzo del empleo para el conjunto de las sidrerías en la temporada del Txotx se estima en unos 80 empleos, aunque no necesariamente procedan el 100% del municipio.

▪ Proceso de elaboración:

Reconocimiento bastante generalizado de aprovisionamiento en el municipio de los corchos o tapones pero se menciona menos la maquinaria auxiliar.

▪ Restauración

Los proveedores del municipio se centran en productos como el pan, verduras, huevos, etc. pero no afecta a todas las sidrerías. La carne, bacalao, queso, etc. procede de municipios guipuzcoanos.

Mantenimiento de instalaciones

La proximidad y confianza es un valor reconocido para este tipo de proveedores pero esta condición no se limita sólo al municipio de Astigarraga. Hernani, Oiartzun, Donostia-San Sebastián también se consideran próximos.

3. UNA TRADICIÓN CONVERTIDA EN UN FENÓMENO DE MASAS

3.3 Con impactos para terceros

La necesidad de ordenar para contrarrestar los efectos derivados de una afluencia masiva en fin de semana

Capacidad de carga

Concentración

Necesidad de ordenar

Factores internos

- 817 plazas por 1.000 habitantes
- Proximidad de las sidrerías al municipio
- La puesta en valor del Txotx a través de la promoción y divulgación
- La concentración temporal agudizada en fin de semana
- Una evolución del propio municipio ha incorporado nuevas actividades y nuevos residentes no vinculados con la actividad sidrera

Factores externos

- La mejora de las comunicaciones y el nivel de motorización
- Nuevos hábitos relacionados con el ocio
- El desarrollo de una sociedad consumista
- El desarrollo turístico basado en el patrimonio cultural y gastronómico
- El papel de las ciudades y municipios que buscan posicionarse en base a una imagen diferenciada

- *Ha requerido abordar iniciativas orientadas a ordenar la actividad para garantizar la convivencia . La gestión del espacio público ha empezado en el interior de las sidrerías (normas de comportamiento) donde la figura del Sagardogile se revela de vital importancia.*

3. UNA TRADICIÓN CONVERTIDA EN UN FENÓMENO DE MASAS

3.3 Con impactos para terceros

La aparición de unas nuevas partidas de gastos municipales (incremento en limpieza, vigilancia, tráfico, sonido, mobiliario urbano,...)

Servicios afectados

- Limpieza
- Policía Local (vigilancia y tráfico)
- Control de Sonido
- Mobiliario Urbano
- El convenio 2009 para la temporada de la sidra estimaba 60.000€ de gasto de los que el 92% lo aporta el ayuntamiento, En 2008 la prensa reflejó una cifra de gasto de 36.000€, y en 2007 de 80.000€. La sensación es que la la deriva hacia Hernani, y la crisis han amortiguado el efecto negativo



La Capital de la Sidra como valor local comparido

- La manzana autóctona como elemento original
- La Sagardoa como un proceso de elaboración artesanal característico.
- El Sagardogile como el profesional conocedor y responsable de mantener la calidad y la actividad
- El Txotx como un rito con un componente educativo y sensorial que comparte con su condición de experiencia lúdica.
- La calidad de los servicios de hostelería como un exponente más de la calidad gastronómica del País Vasco.



4.

UN PRODUCTO CON UNA CRECIENTE IMPLANTACIÓN

- 4.1. La constante búsqueda de la calidad del producto
- 4.2. El proceso de modernización y cambio de imagen en la botella
- 4.3. La apertura a nuevos mercados

4. UN PRODUCTO CON UNA CRECIENTE IMPLANTACIÓN

4.1 La constante búsqueda de la calidad del producto

La actividad sidrera es más que el Txotx. Es un sector de actividad comprometido con el futuro

Un sector comprometido con la profesionalización

- Formación para lograr productores más cualificados en conocimientos agronómicos y de manejo de plantaciones.
- Pasar de la intuición al conocimiento
- Programas de asesoramiento técnico
- Ayuda a la inversión

Un sector trabajando para la consecuencia de la marca como garantía de calidad desde la plantación a la mesa

- 25 sidreros, integrados en Sagardo Mahaia, que representan el 80% de la producción anual

Un sector adaptando el producto al mercado

- Acidez; Turbiedad; Posos

Un sector consciente de que como producto comparte futuro con otros productos autóctonos y la gastronomía vasca

- Txakolí, Queso ,
- Kalitatea

Un sector que ha experimentado cambios tecnológicos

- Afectan al proceso de elaboración (Lavado y selección de manzana; Instalación de frío para controlar temperatura; Seguimiento del proceso; Kupelas (introducción del acero)

Un sector que está apostando por la calidad

- Intervención sobre las plantaciones de manzana autóctona con el objetivo de aumentar la producción y mejorar la calidad
- Introduciendo el concepto de trazabilidad en todo el proceso de producción
- Avanzando hacia la elaboración de sidra a lo largo del año (temprana, de primavera, de larga duración...)

4. UN PRODUCTO CON UNA CRECIENTE IMPLANTACIÓN

4.2 El proceso de modernización y cambio de imagen en la botella

La materia prima le otorga el carácter y la naturaleza.
Pero como producto global que busca posicionarse en el mercado, el sector sabe que es algo más.



La referencia al mercado requirió incorporar una nueva perspectiva de presentación del producto

- Envase homogéneo y distintivo
- Alguna experiencia de cambio de diseño en las etiquetas acorde a cambios similares en otros sectores (vino).

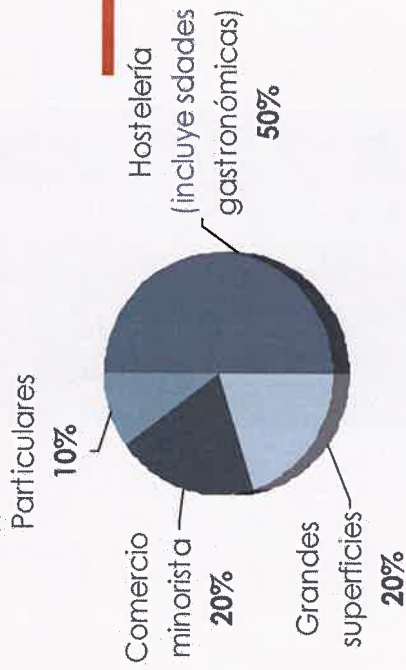


4. UN PRODUCTO CON UNA CRECIENTE IMPLANTACIÓN

4.3 La apertura a nuevos mercados

Posibilidades de expansión en todos los segmentos.

Aproximación a los principales clientes



Expectativas de crecimiento en todos los segmentos derivadas de:

- El aumento de la producción de manzana autóctona
- La profesionalización de los productores
- La mejora de la calidad en todo el proceso (desde la plantación a la mesa). Trazabilidad
- Las características del propio producto
- La creación de una marca
- El desarrollo de campañas de promoción de la marca
- Cambios en la hostelería: poteo en vaso

CARACTERÍSTICAS POSITIVAS DEL PRODUCTO QUE LE HACEN ATRACTIVO

- Producto natural, autóctono, artesanal, y asociado positivamente a la identidad vasca
- Graduación, fresca
- Precio



5.

UNA ACTIVIDAD CON UN GRAN POTENCIAL DE ATRACTIVIDAD FUERA DEL TXOTX

- 5.1. Que cuenta con un sector organizado y con proyectos de futuro
- 5.2. Que para convertirse en “recurso turístico” precisa una ordenación y una estrategia
- 5.3. Que debe aprender a colaborar de manera integral con otras actividades e instituciones

5. UNA ACTIVIDAD CON UN GRAN POTENCIAL DE ATRACTIVIDAD FUERA DEL TXOTX

5.1 Que cuenta con un sector organizado y con proyectos de futuro La transversalidad como una estrategia necesaria en la sociedad actual



Asociaciones Sectoriales

- **Asociación de Sidra Natural de Gipuzkoa (1977).**
 - 55 sidrerías asociadas
 - 15 de Astigarraga
- **Asociación de Sidrerros Taidea (1979).**
 - 3 sidrerías asociadas
 - 2 de Astigarraga



La respuesta colectiva a nuevas necesidades:

- **Consorcio Sagardún (2003) :**
 - Ayto. Astigarraga
 - Sidrerros
 - Entidades Culturales
- **Euskal Herriko Sagardo Mahaia (2007)**
 - 25 sidrerías socias



La colaboración con terceros

- Azti-Tecnalia: (investigación sobre Gestión de Residuos)
- Itsas-mendikoi (formación)
- Sagartlan (asesoramiento técnico plantaciones)
- Universidad del País Vasco
- Nueva Facultad de Ciencias Gastronómicas
- ...

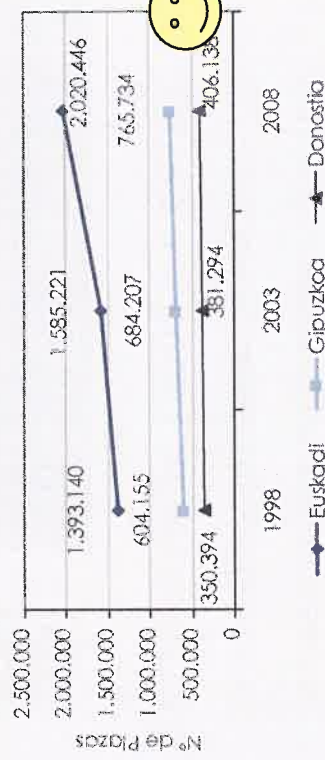
5. UNA ACTIVIDAD CON UN GRAN POTENCIAL DE ATRACTIVIDAD FUERA DEL TXOTX

5.2 Que para convertirse en recurso turístico precisa de una ordenación y una estrategia Incipientes pasos de algunas sidrerías con agentes turísticos vascos

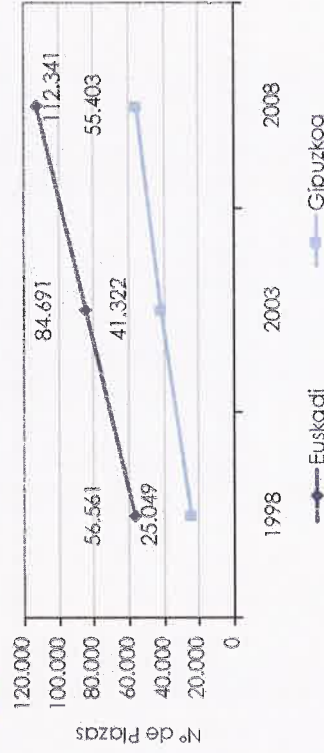
Entrada de viajeros



Establecimientos Hoteleros



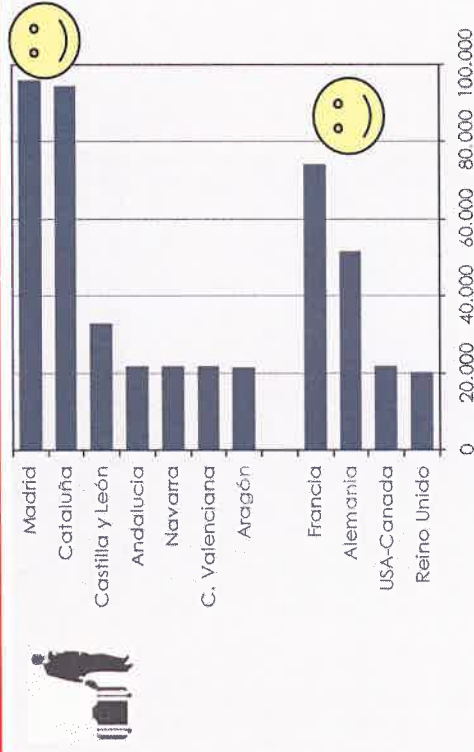
Agroturismos



Evolución del turismo en el País Vasco

- En los últimos diez años la cifra de viajeros al País Vasco ha aumentado un +45%.
- En 2008, en Gipuzkoa entraron 820.000 viajeros a los establecimientos hoteleros y de agroturismo.
- La gastronomía es una de las actividades más reconocidas por los viajeros que vienen al País Vasco.

Procedencia de los principales viajeros a Gipuzkoa. 2008



5. UNA ACTIVIDAD CON UN GRAN POTENCIAL DE ATRACTIVIDAD FUERA DEL TXOTX

5.2 Que para convertirse en recurso turístico precisa de una ordenación y una estrategia



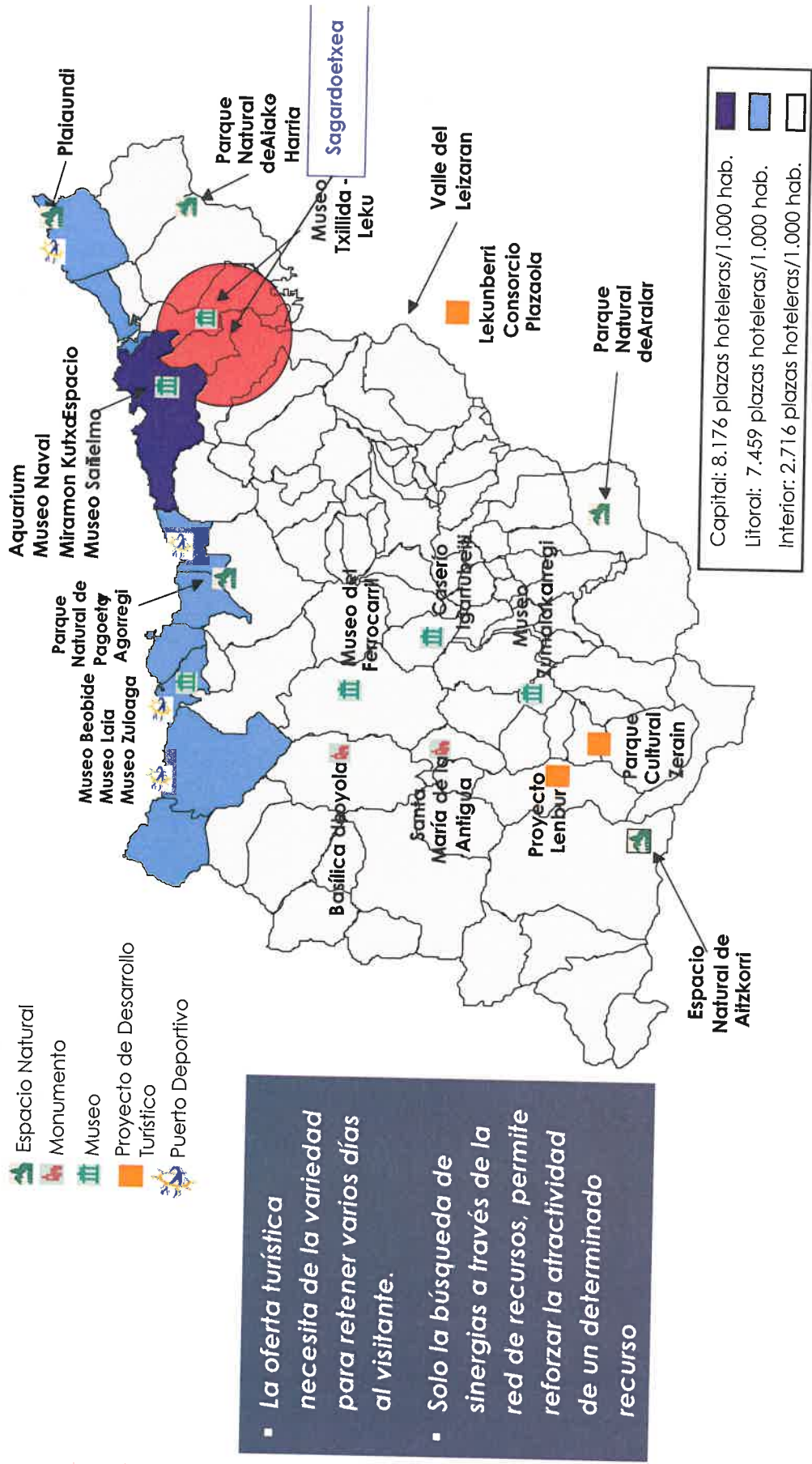
- Escasa infraestructura de alojamiento (90 plazas)
- Ausencia de Punto de Información Turística oficial.

■ ASTIGARRAGA (2008): 6 ESTABLECIMIENTOS Y 90 PLAZAS

- ☑ PENSIÓN BEIZAMA: 14 PLAZAS.
- ☑ CASA RURAL BUENAVISTA: 8 PLAZAS.
- ☑ AGROTURISMOS: ARRASPIÑE (12 PLAZAS), ARTOLA (10 PLAZAS) Y OIANUME (14 PLAZAS).
- ☑ ALBERGUE MUNICIPAL: 32 PLAZAS.

5. UNA ACTIVIDAD CON UN GRAN POTENCIAL DE ATRACTIVIDAD FUERA DEL TXOTX

5.2 Que para convertirse en recurso turístico precisa de una ordenación y una estrategia



La oferta turística necesita de la variedad para retener varios días al visitante.

Solo la búsqueda de sinergias a través de la red de recursos, permite reforzar la atraktividad de un determinado recurso

5. UNA ACTIVIDAD CON UN GRAN POTENCIAL DE ATRACTIVIDAD FUERA DEL TXOTX

5.3 Llamado a colaborar de manera integral con otras actividades e instituciones

Desde el punto de vista turístico, Astigarraga como Capital de la Sidra tiene que implicar más recursos además de las sidrerías

- Implicar al comercio local como escaparate de la actividad
- Desarrollar actividades para el segmento que come en sidrería (retener)
- Desestacionalizar: Que compense a los residentes con animación y atraktividad ciudadana a lo largo del año
- Tratar la sidra como un producto turístico



- Componentes Pre-Viaje
 - Información sobre el destino y el producto
 - Marketing del producto, imagen
 - Comercialización del producto y destino
- Componentes Básicos:
 - Atención al turista en destino
 - Equipamiento receptivo y servicios públicos
 - Servicios receptivos: señalización, información sobre la oferta y recursos del destino,...
- Alojamiento
- Recursos Turísticos
 - Playa/Mar
 - Entorno natural
 - Recursos y oferta cultural
 - Otros recursos turísticos relevantes
- Componentes Complementarios:
 - Restauración
 - Comercio
 - Equipamiento complementario y de ocio
 - Equipamiento deportivo (puerto deportivo, golf,...)
 - Equipamiento de salud/wellness
 - Programa de eventos y actividades



POSICIONAMIENTO

- **Mantiene un proceso artesanal.**
- **Es un rito integrado en la cultura, en el que el sagardogile juega un papel trascendental**
- **El Txotx es permite a un 70% de las sidrerías de Astigarraga seguir manteniendo este proceso artesanal**
- **El Txotx representa un escaparate envidiable para cualquier industria alimenticia: el cliente acude al proveedor y le conoce**
- **No es un producto estancado, apuesta por la calidad, y la modernización**
- **Coincide con la tendencia de los gustos hacia bebidas ligeras, frescas y con precio aceptable**
- **Tiene cerca una locomotora turística que atrae 400.000 visitantes al año**
- **El visitante que acude a Gipuzkoa desde Madrid, Barcelona, Francia, Alemania,.. aceptaría un Txotx a lo largo del año que facilitaría la desestacionalización del producto**



IMPACTOS DE ARRASTRE SECTORIAL

- Desde 2003 el Consorcio Sagardún apuesta por dinamizar actividades en Astigarraga
- En 2009 la Sagardoetxea atendió a 15.000 personas, realizó casi 6.000 visitas guiadas, y su web recibió más de 18.600 visitas.
- El Sagardo Berriaren Eguna logró que 62 medios lo difundieran y la media de impactos en prensa ha sido de 58 en prensa, 27 en radios, y 9 en TV
- La web de la Diputación utiliza la sidra y Astigarraga como reclamo turístico
- Cerca de 2.200 personas al día de media, se acercan a Astigarraga a comer o cenar durante 120 días aproximadamente.
- Para los bares y cafeterías de Astigarraga supone la supervivencia (75% de la facturación), y se generan aproximadamente 80 empleos en la temporada que aunque no son todos locales influyen en el consumo local.
- Determinado productos como los corchos, tapones, pan, verduras, alguna empresa de mantenimiento, tienen como buen cliente a sidreros de Astigarraga.
- Los ciudadanos de Astigarraga se benefician a lo largo del año de unos establecimientos (determinados, bares, comercios..) que sin la existencia del Txotx probablemente no se hubieran localizado en Astigarraga



IMPACTOS A AMORTIGUAR, ORDENAR

- **El comportamiento desbocado de un segmento determinado del Txotx se inicia en la sidrería y continúa en la calle, atemperar sus efectos y colaborar económicamente en su resolución es un compromiso de los beneficiados**
- **Excepto con la Hostelería, y algo del comercio, e industria en general el resto de negocios de Astigarraga no tienen relación con el sector sidrero**
- **Las plazas de alojamiento son escasas y es una oportunidad no suficientemente aprovechada. Su colaboración con el sector sidrero debiera ser mayor**
- **Queda mucho por hacer en la colaboración con otros recursos turísticos para buscar sinergias derivadas de la colaboración.**
- **Algunos detalles de comunicación, como no estar presentes en la K de calidad**

FUTURO: LOGRAR UN PRODUCTO TURÍSTICO

- **Con mayor capacidad de arrastre en las actividades y negocios locales**
- **Desarrollado en red con otros agentes turísticos de Gipuzkoa**
- **Que permita desestacionalizar el Txotx para un segmento de visitantes**
- **Y mantenga vivo el rito y el escaparate para los amantes de la sidra y del ambiente que genera el sagardogile.**



Espacio Natural
Monumento
Museo



Anexo. RELACIÓN DE ENTIDADES ENTREVISTADAS Y DE FUENTES DE INFORMACIÓN

RELACIÓN DE ENTIDADES ENTREVISTADAS

- **Con AYUNTAMIENTO DE ASTIGARRAGA**
 - Excmo. Sr. Alcalde
 - Concejala del PNV
 - Técnico de Agenda 21
 - Técnico de Medio Ambiente
 - Policía Local
- **ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE ASTIGARRAGA**
- **ASOCIACIÓN DE HOSTELEROS DE ASTIGARRAGA**
- **ASOCIACIÓN DE SIDRA NATURAL**
- **ASOCIACIÓN TALDEA**
- **SAGARLAN.**
- **SAGARDO MAIA**
- **SIDRERÍAS:**
 - Alorrenea
 - Artola
 - Astarbe
 - Bereziartua
 - Buenaventura
 - Etxeberria
 - Gartziategi
 - Grutzeta
 - Irigoien
 - Mendizabal
 - Mina
 - Peiritegi
 - Rezola
 - Sarasola
 - Txopinondo
 - Zapiain
- **STI (tour operador)**

Anexo. RELACIÓN DE ENTIDADES ENTREVISTADAS Y DE FUENTES DE INFORMACIÓN

RELACIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN

- Con AYUNTAMIENTO DE ASTIGARRAGA
 - Técnico de Medio Ambiente: Maider Basurto
- DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y HACIENDA DEL GOBIERNO VASCO: UDALMAP (http://www.ogasun.ejgv.euskadi.net/r51-udalmap/es/contenidos/informacion/udalmap/es_udalmap/udalmap.html)
- BIDEGI: www.bidegi.net
- EUSKALYVASCA: www.euskalyvasca.com
- NEKAR: www.nekar.com
- FUNDACIÓN KALITATEA: Itziar (<http://www.euskolabel.net/index.asp>)
- ASTIGARRAGA LANTZEN: Nacho Izeta
- EUSTAT: DIRECTORIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (www.eustat.es)
- INE: www.ine.es
- ANUARIO DE TURISMO VASCO