

**GRADO: Administración y Dirección de
Empresas Curso 2020/2021**

**TURISMO, PESCA Y PATRIMONIO
CULTURAL: EL CASO DE ONDARROA**

Autor/a: Gorka Lasa Revuelta

Director/a: Ikerne del Valle Erkiaga

Bilbao, a 17 de junio de 2021

RESUMEN

Ondarroa es una comunidad pesquera altamente dependiente de la pesca, con una situación socioeconómica comparada preocupante y un sector pesquero cuya evolución es incierta. En este contexto, el principal objetivo de esta TFG es analizar el binomio pesca-turismo a partir de una estrategia que pasa por explotar el patrimonio cultural y pesquero de la localidad, con el fin de conseguir una mayor diversificación económica. A partir de la aproximación metodológica local propuesta por Jimenez y García (2018), el análisis del potencial de patrimonio cultural pesquero se ha plasmado en un mapa, complementado con la realización de una encuesta online que permite tener una idea del potencial real de la villa para explotar su imagen de marca como comunidad pesquera de interés turístico en base a su rico patrimonio cultural pesquero tangible e intangible. Asimismo, se ha elaborado una estrategia de comunicación para alcanzar el *top mind* de los vizcaínos en el medio plazo, sosteniéndose en el mar, la naturaleza y sobretodo la gastronomía y la pesca. Al marcarse un plazo no muy largo en el tiempo, y no requerir de grandes inversiones, se espera que la estrategia de diversificación que se plantea pueda ser viable.

PALABRAS CLAVE

Patrimonio cultural, desarrollo económico, sostenibilidad, turismo, viabilidad, análisis, necesidad, oportunidad, situación socioeconómica, objetivo, plan de acción, turismo experiencial, gastronomía, estrategia, comunicación

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-------------|
| 1. INTRODUCCIÓN | -5- |
| 2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN..... | -8 |
| 2.1. Análisis socioeconómico..... | -8- |
| 2.2 Análisis del sector pesquero de Ondarroa..... | -14- |
| 2.3 Diagnósis de resultado..... | -16- |
| 3. PROPUESTA DE DIVERSIFICACIÓN ECONÓMICA DE ONDARROA..... | -17- |
| 4. PROPUESTAS DE MARKETING Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN..... | -24- |
| 4.1. Ventajas competitivas..... | -24- |
| 4.2.Posicionamiento y público objetivo..... | -24- |
| 4.3. Propuesta de acciones..... | -25- |
| 4.4. Estrategia de comunicación..... | -27- |
| 5. CONCLUSIONES..... | -30- |
| <i>BIBLIOGRAFÍA.....</i> | -31- |
| <i>ANEXOS.....</i> | -34- |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|------|
| Gráfico 1: Variación poblacional de Ondarroa, 1995-2020..... | -8- |
| Gráfico 2: Evolución del paro en Ondarroa, 2007-2020..... | -10- |
| Gráfico 3. Empleo total por localidades, 2000-2020..... | -11- |
| Gráfico 4: Población total por localidades, 2001-2020..... | -12- |
| Gráfico 5: Distribución de la flota pesquera por puerto base en la CAE, periodo 2019..... | -14- |
| Gráfico 6: Entradas en establecimientos hoteleros de la C.A. de Euskadi por origen..... | -19- |
| Gráfico 7: Atractivo acerca de la historia y el patrimonio cultural de los pueblos pesqueros..... | -21- |
| Gráfico 8: Atractivo potencial de Ondarroa..... | -21- |
| Gráfico 9: Realidad actual de Ondarroa..... | -22- |
| Gráfico 10: Atractivo gastronómico..... | -22- |
| Gráfico 11: Ranking de audiencia en radio..... | -43- |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---------------------------------------|------|
| Ilustración 1: Mapeo de Ondarroa..... | -18- |
|---------------------------------------|------|

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|------|
| Tabla 1: Indicadores principales en las diversas localidades (periodo 2019)..... | -9- |
| Tabla 2: VAB por sectores..... | -9- |
| Tabla 3: Evolución del empleo en las diversas localidades (Año 2000 = 100)..... | -11- |
| Tabla 4: Evolución de la sensibilidad del empleo en las diversas localidades, 2000-2020..... | -12- |
| Tabla 5: Evolución de la población en las distintas localidades (Año 2000 = 100) | -13- |
| Tabla 6: Evolución de la sensibilidad de la población en las diversas localidades,2000-2020..... | -13- |
| Tabla 7: Acciones comunicativas y coste..... | -28- |
| Tabla 8: Empleo total por localidades, 2000-2020..... | -35- |
| Tabla 9: Población total por localidades, 2001-2020..... | -35- |

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace más de un siglo existe un gran interés en conservar el patrimonio cultural, tanto tangible como intangible. Ciertamente, se hace un esfuerzo considerable en conservar toda clase de bienes culturales, pero, a menudo, sin tener en cuenta las necesidades de lo que efectivamente se debe conservar, ni el abanico de posibilidades de implementación de la propia estrategia de conservación. Además, rara vez se adopta una perspectiva local (Limón Delgado, 1999; Jiménez y García, 2018). Especial atención merece el patrimonio cultural inmaterial, en general más complejo de limitar, a pesar de que desde 2003 quede perfectamente definido en la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Unesco.

Se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible. (UNESCO, 2018: artículo 2.1)

Así pues, el patrimonio cultural es de vital importancia para diversos grupos territoriales, pues forjan una identidad única y los diferencia. Mediante esta diferenciación y con una explotación adecuada de los recursos, se puede llegar a generar empleo, bienes y servicios y por ende, riqueza (Jiménez de Madariaga & López del Hoyo, 2019).

El País Vasco cuenta con su propia ley acerca del patrimonio cultural vasco. Según dicta la Ley 6/2009, de 9 de mayo, de Patrimonio Cultural Vasco:

Teniendo en cuenta todo ello, este texto normativo incluye dentro del patrimonio cultural vasco a todas aquellas expresiones significativas que configuran la herencia cultural de nuestra comunidad y que se manifiestan a través de realidades materiales, inmuebles o muebles, y de realidades inmateriales como tradiciones y expresiones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, y técnicas artesanales tradicionales que van configurando de una manera dinámica la identidad vasca y que dan testimonio de la trayectoria histórica de una colectividad nacional que supera la actual división administrativa.

Además, apela a que los órganos competentes para hacer cumplir esta ley son el Gobierno Vasco, las instituciones forales y los ayuntamientos.

En este trabajo nos centraremos en el patrimonio cultural pesquero desde una perspectiva local. La pesca es una de las actividades más antiguas que se conoce e indudablemente ha tenido una gran repercusión en los modos de vida de las personas cercanas al sector a lo largo y ancho de la historia, circunstancia que justifica la relevancia del patrimonio pesquero y la riqueza cultural que supone en las diferentes comunidades

pesqueras. La pesca es una actividad que va más allá de obtener alimentos de primera necesidad, puesto que se crean interacciones y hábitos cercanos a la naturaleza y la cultura, conocimientos, técnicas y habilidades que se transmiten de generación en generación (Jiménez y García, 2018). Es por ello que en las localidades vinculadas a la pesca existe un fuerte patrimonio cultural pesquero, que recoge desde instrumentos, o edificios y calles, hasta canciones tradicionales y danzas e incluso una gastronomía diferenciada (Jentoft, van Son et al., 2007).

España es una de las principales potencias pesqueras europeas. Representa el 19% de la pesca oficial de toda la Unión Europea y ocupa el decimonoveno puesto en el ranking mundial en cuanto a capturas se refiere. En concreto, la aportación de Euskadi para lograr este puesto es relevante, pues es la segunda fuerza pesquera del Estado tras Galicia atendiendo a la capacidad de la flota pesquera (del Valle y Astorkiza, 2019). Diversas localidades vascas están fuertemente vinculadas con el mar, pueblos con una gran identidad y un patrimonio pesquero único, lo cual, entendemos, ofrece un valor añadido y una ventaja comparativa desde el punto de vista de su potencial explotación turística y comercial.

Es incuestionable que desde hace ya algunas décadas el sector pesquero en general y el vasco en particular viene sufriendo un declive progresivo vinculado con un conjunto de factores que se retroalimentan. Algunas de las claves a destacar son entre otros, los problemas estructurales del sector, la escasa diversificación económica de los municipios o áreas relacionadas con la actividad pesquera y la temporalidad y estacionalidad del empleo acompañada por la existencia de economía sumergida (Molina, González et al., 2010). Como se ha comentado previamente, la pesca ha sido un sector con mucho arraigo y muy importante en el País Vasco, y muchas localidades han sido y/o son dependientes económicamente de esta actividad. Es por ello que en estas zonas del litoral también se da un fenómeno motivado por el desempleo, la despoblación, la cual está motivada por los escasos beneficios económicos generados y que, en algunos casos, provoca una emigración hacia núcleos urbanos que ofrecen una mayor diversidad económica (González, 2002).

Ante esta problemática, se plantea una posible oportunidad paralela de crecimiento vinculada con el patrimonio cultural pesquero, de forma que éste pueda constituirse como recurso u objeto de intercambio económico susceptible de generar riqueza (Prats Canals y Santa Talavera, 2005). La manera de transformar en este caso la necesidad en recurso sería mediante el turismo, de la mano del ocio y la cultura y en el marco de la sostenibilidad. El plan y la investigación se centrará en el caso de estudio del municipio de Ondarroa, donde la costa en general y la pesca en particular constituyen la esencia e historia de la localidad. En el desarrollo de la investigación, se tomará como referencia a Jiménez y García (2018), quienes a partir del caso de estudio de Isla Cristina (Huelva) plantean que la explotación del patrimonio cultural pesquero marítimo puede constituir la imagen de marca del municipio. La principal aportación de este TFG será proponer una estrategia de comunicación de la imagen de marca de Ondarroa como enclave turístico de interés marítimo pesquero a partir de recorridos para visitar y/o palpar el patrimonio cultural pesquero del municipio.

La elección del caso de estudio de Ondarroa viene motivada por el hecho de que Ondarroa es un municipio que cumple con los aspectos que se han desarrollado. Es una comunidad pesquera vasca histórica, altamente dependiente de la pesca, con un patrimonio rico y atractivo, pero seriamente afectada por la crisis que sufre el sector pesquero. En este escenario, el principal objetivo de este trabajo es disertar sobre la potencial estrategia de diversificación de la actividad económica de la localidad, buscando fórmulas para revertir la delicada situación socioeconómica que sufre el municipio centradas en el potencial de Ondarroa de explotar económicamente su patrimonio cultural pesquero, en conjunción con el turismo marítimo sostenible.

Desde el punto de vista metodológico, se comenzará con un análisis socioeconómico general comparado de la localidad y de su sector pesquero en particular basado en la recolección de información estadística de fuentes diversas como EUSTAT, EUMOFA. La investigación del potencial del patrimonio cultural pesquero de Ondarroa como vía de diversificación económica fundamentada en el turismo sostenible, se ha hecho in situ, analizando y recopilando edificaciones, monumentos, intangibles y otros puntos de interés para poder ofrecer unas propuestas de marketing precisas, viables y ajustadas a la realidad actual del municipio. Esta labor se plasmará en un mapa en el que se ubicarán los puntos en los que se sitúan las principales referencias que constituyen el patrimonio cultural y pesquero de Ondarroa.

El trabajo se ha estructurado en 6 secciones. A esta introducción le sigue el análisis de situación socioeconómica y del sector pesquero del municipio. Tras el diagnóstico, se desarrolla la propuesta de diversificación económica de Ondarroa, donde se incluyen todas las aportaciones teóricas resultantes del trabajo de investigación y se plasman el mapa y los resultados principales del formulario. Previa a las conclusiones se describe la estrategia de marketing y comunicación en la que se abordan las ventajas competitivas, posicionamiento y público objetivo, propuesta de acciones y estrategia de comunicación, dividida esta última entre marketing online y offline. Finalmente se incluye un apartado de conclusiones.

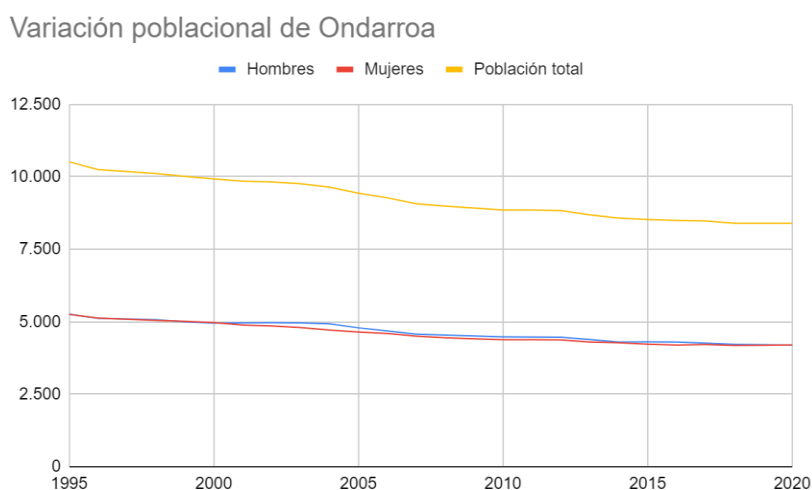
2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN

2.1. Análisis socioeconómico

Ondarroa, municipio de la comarca de Lea-Artibai, está ubicado en la costa vizcaína bañado por el mar Cantábrico, donde desemboca el río Artibai, una de las señas de identidad del municipio. Desde la creación de la villa en 1327 la esencia de Ondarroa ha sido el mar, pues ya anteriormente era un pueblo afincado de marineros y pescadores. Es por ello que la pesca ha sido razón de ser de la localidad, por lo que cuenta con un patrimonio cultural muy rico. Además, la comarca a la que pertenece cuenta con unos paisajes y pueblos muy característicos, donde la tradición vasca a causa de la conservación de un legado cultural milenario es una de sus principales características ([Pueblos - Ondarroa](#)).

Según los últimos datos recogidos por el Eustat, Ondarroa cuenta con una población de 8.567 personas y ofrece 2.024 puestos de trabajo (datos actualizados en 2020). Respecto a este dato demográfico, se ha detectado una variación poblacional negativa, indicador frecuentemente vinculado con la prosperidad económica. El gráfico 1 muestra la evolución de la variación poblacional del municipio.

Gráfico 1: Variación poblacional de Ondarroa, 1995-2020



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Eustat

Para desarrollar el análisis, se van a comparar los datos de la villa de Ondarroa con otros cuatro municipios. Dos de ellos son Getaria y Bermeo que, como veremos, cuentan con un alto porcentaje de Valor Añadido Bruto en el sector agro pesquero y con un pasado histórico pesquero similar. Los otros dos serán Elgoibar y Deba, que son perfiles de municipios distintos a Ondarroa; Elgoibar perteneciente al Bajo Deba y localizado en el interior a escasos 20 kilómetros de la villa, presenta un perfil con claro carácter industrial, mientras que Deba es una localidad costera pero no orientada hacia el sector pesquero. Esta comparación con dos municipios de distinto carácter puede resultar interesante desde una perspectiva de análisis de los datos socioeconómicos.

En la tabla 1 están recogidos cuatro indicadores que son relevantes a la hora de realizar este análisis, como son la tasa de paro, el PIB per cápita, el PIB municipal y la distribución del PIB por sectores.

Tabla 1: Indicadores principales en las diversas localidades (periodo 2019)

| | ONDARROA | ELGOIBAR | DEBA | GETARIA | BERMEO |
|--------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Tasa de paro | 13,2% | 8,6% | 7,2% | 10% | 14,4% |
| PIB per cápita (€) | 21.071,0 € | 47.235,0 € | 45.965,0 € | 38.842,0 € | 30.803,0 € |
| PIB municipal (CAV=100) | 62,30% | 134% | 131% | 114% | 91% |
| Distr. PIB sectorial | | | | | |
| Sector primario | 17,4% | 0,4% | 1,3% | 24,8% | 33,2% |
| Sector industria | 7,8% | 59,7% | 47,8% | 25,1% | 11,2% |
| Sector construcción | 3,6% | 2,8% | 6,5% | 0,8% | 3,8% |
| Sector servicios | 71,2% | 37,1% | 44,4% | 49,3% | 51,8% |

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Eustat (2020)

Para dar mayor soporte al Valor Añadido Bruto (VAB) y poner en un contexto más amplio los datos acerca de este indicador, la tabla situada a continuación resulta también de especial interés, al incluir la comparativa de la villa con el resto de la comarca, territorio histórico y comunidad autónoma.

Tabla 2: VAB por sectores

| | Año | Municipio | Comarca | Bizkaia | CAV |
|----------------------------------|------|-----------|---------|---------|------|
| Valor Añadido Bruto (VAB) | | | | | |
| Sector Agropesquero (%) | 2017 | 17,8 | 6,4 | 0,91 | 0,9 |
| Sector Industrial (%) | 2017 | 7,8 | 37,2 | 19,3 | 24,2 |
| Sector Construcción (%) | 2017 | 3,6 | 3,9 | 5,9 | 5,8 |
| Sector Servicios (%) | 2017 | 71,2 | 52,5 | 73,8 | 69,1 |

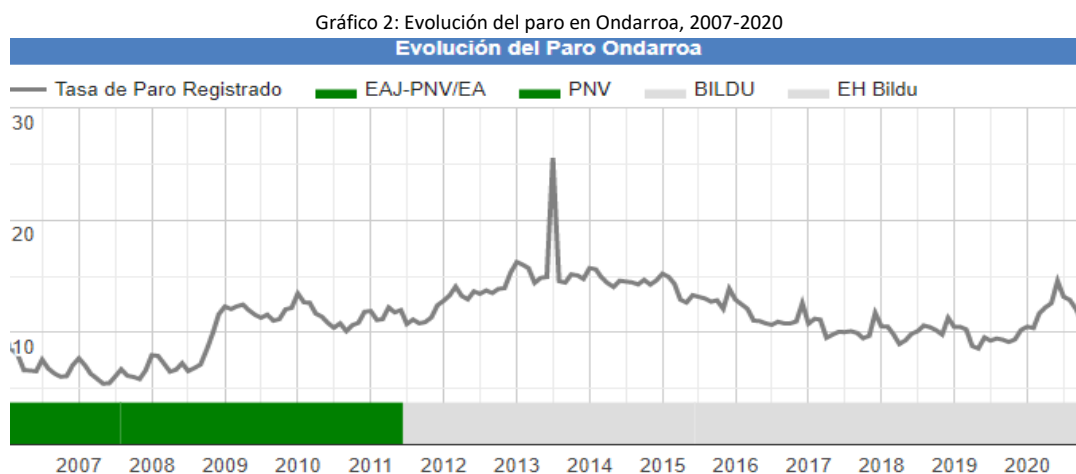
Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Euskadi.eus. Departamento de economía y hacienda 11/2/21

Comenzando por la estructura económica, en la tabla 2 se recoge el VAB que aporta cada sector. El sector servicios lleva el principal peso del VAB ondarrés con el 71,28%. Si establecemos una comparativa, se puede afirmar que se acerca a la media vizcaína que cuenta con 73,83 puntos, a diferencia del resto de localidades de la comarca de Lea Artibai que distan bastante, casi 20 puntos por debajo. Pero el dato obligatorio a destacar es el 17,37% del VAB que Ondarroa alcanza a través del sector agropesquero, pues es llamativamente más alto respecto a la comarca de Lea Artibai y el resto de Vizcaya. Si bien este sector aporta mucho más valor en comparación con otros municipios, el 7,75% del sector industrial se aleja de la media que está en 19,34 puntos en el territorio histórico (Eustat, 2017).

Si analizamos la riqueza generada en el municipio por los factores productivos instalados en su propio territorio, los datos tampoco señalan ventaja alguna para el municipio de Ondarroa, pues su PIB municipal es

del 62,3% tomando como la media de la Comunidad Autónoma del País Vasco el 100%. Esto es, en este caso se puede afirmar que Ondarroa genera bienes y servicios 37,7 puntos por debajo de la media. Si comparamos por ejemplo Getaria o Bermeo, dos localidades con un alto porcentaje de VAB del sector agropesquero también (24,8% y 33,2% respectivamente) y similar pasado histórico pesquero, no sucede estrictamente lo mismo en cuanto a aportación al PIB. Aunque Bermeo sigue el mismo patrón al aportar menos que la media, se acerca bastante más con un porcentaje del 91%. Getaria está incluso por encima de la media, con un 114%. La diferencia es incluso mayor con Deba y Elgoibar, localidades con una mayor aportación al PIB en el sector industria, pues ambos se sitúan por encima de los 30 puntos respecto a la media del País Vasco (Eustat, 2017). Luego, este notable déficit de Ondarroa podría deberse a un problema estructural por el cual el municipio no es capaz de generar recursos como sí lo hacen otros pueblos.

Por otro lado, el último dato de la cifra del paro que recoge Eustat para el periodo 2019 es del 13,2%. No es un dato positivo, pues la comparación una vez más con la media del territorio histórico y la comunidad autónoma refleja peores resultados. Para el periodo de 2019 el paro de la CAV fue del 9,8%, mientras que el de Bizkaia ascendía al 11%, aún lejos de la tasa de Ondarroa (Eustat, 2019). No es un dato esperanzador ni mucho menos, pues siguiendo con la comparativa, Getaria alcanza un 10% de paro en 2019. Si bien es cierto que Bermeo supera en paro la villa con un 14,40%, Elgoibar y Deba se colocan por debajo del 9,8% que marca la media en Euskadi. Por lo tanto, el paro es otro indicador del posible estancamiento que sufre la localidad pesquera vizcaína, reflejado en este caso por la falta de empleo. En el gráfico, que refleja la evolución del paro en Ondarroa, además, se observa como la tasa de paro sigue una línea creciente hasta, aproximadamente, 2014. Si bien es cierto que la tendencia es decreciente desde ese punto hasta 2019, actualmente se encuentra de nuevo en pleno crecimiento. No se puede afirmar con certeza el motivo, pero es probable que la pandemia mundial del SARS-CoV-2, conocida como Covid-19, haya podido ser uno de los factores explicativos.



Fuente: datosmacro.expansion.com. Paro por municipios: Ondarroa - (Vizcaya). 2020.

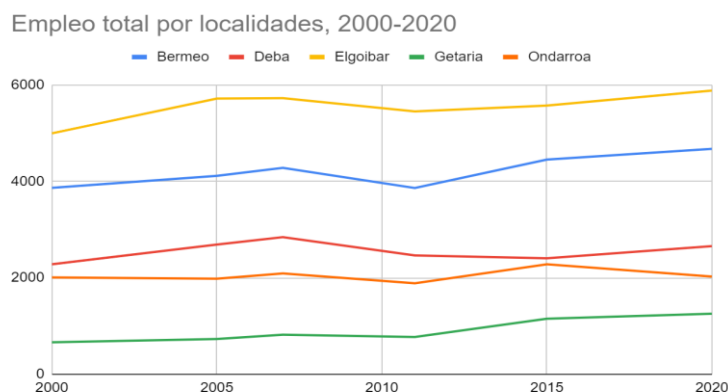
En cuanto al PIB per cápita, indicador económico que es necesario destacar, mide la relación entre el nivel de renta de Ondarroa y su población, representado por el valor de los bienes y servicios que producen los habitantes del municipio de media. Este indicador resulta especialmente interesante, sobretodo, a la hora de comparar territorios puesto que obtenemos de esta manera una comparativa práctica del nivel de riqueza o bienestar, mostrando así las diferencias respecto a condiciones económicas y quedando patente las diferencias. Al igual que los anteriores indicadores socioeconómicos, la renta per cápita en Ondarroa se aleja de la media de Bizkaia y Euskadi. Mientras que Ondarroa cuenta con 21.071,2€ la media en Bizkaia es 35.098€,

y 36.282€ en la comunidad vasca (Eustat, 2017). Las cifras de Getaria y Bermeo ascienden a 38.842€ y 30.803,1€, también muy alejadas de las cifras de Ondarroa. Una vez más, las localidades guipuzcoanas de Deba y Elgoibar arrojan las mejores estadísticas, contando con más de 45.000€ de PIB per cápita. Es muy significativa la diferencia, pues anualmente de media cada ciudadano ondarres tiene de renta casi la mitad que un habitante de Getaria, y un 40% menos que la media en el territorio histórico al que pertenece.

Por último, para concluir con el análisis socioeconómico, se analizará el comportamiento que han tenido las diferentes localidades y cómo se han ido adaptando, con el paso de los años, respecto a dos variables; empleo y población. Ambas variables constituyen variables proxy de la prosperidad económica, ya sea de una región, país o, como es el caso, de localidades. Desde principios de siglo, se han vivido picos y valles, y por ello resulta interesante estudiar la capacidad de adaptación y las distintas reacciones que sufre cada municipio en términos demográficos y de empleo. Para realizar este análisis, se tendrá en cuenta el concepto de resiliencia Martin (2012), definida como la capacidad de adaptarse en estructura y funcionamiento ante un impacto adverso externo, como pueden ser las crisis económicas. Por ello, como afirma Sánchez-Hernández (2013), una economía resiliente es aquella que “adapta sus empresas, producciones, trabajadores, tecnologías e instituciones al cambio” logrando así una mayor prosperidad económica en el largo plazo.

Para clasificar a las localidades en términos de su resiliencia, Martin (2012) propone un *índice de sensibilidad regional* o $\beta_m = (\Delta E_m/E_m) / (\Delta E_n/E_n)$. En este caso, $\Delta E/E$ será el porcentaje de variación que ha sufrido la variable empleo, m el municipio y n el total del País Vasco. Si dicho índice resulta mayor que uno, significa que el municipio sufre mayor sensibilidad a la media vasca; al contrario, si es menor que uno significa que el municipio es más resistente. Se utilizará el mismo índice para la variable población, donde $\beta_m = (\Delta P_m/P_m) / (\Delta P_n/P_n)$. Se mostrarán también datos referentes a la variación que han sufrido estas variables por periodos.

Gráfico 3. Empleo total por localidades, 2000-2020



Fuente: elaboración propia a partir de Eustat (2020)

Tabla 3: Evolución del empleo en las diversas localidades (Año 2000 = 100).

| | 2001 | 2005 | 2007 | 2011 | 2015 | 2020 |
|---------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Bermeo | 100 | 106,5 | 110,7 | 99,9 | 115,2 | 120,9 |
| Deba | 100 | 117,9 | 124,6 | 107,9 | 105,4 | 116,4 |

| | | | | | | |
|-----------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| Elgoibar | 100 | 114,5 | 114,6 | 109,1 | 111,5 | 117,7 |
| Getaria | 100 | 110,7 | 123,8 | 116,9 | 174,3 | 190,0 |
| Ondarroa | 100 | 98,7 | 104 | 94,0 | 113,7 | 100,8 |
| C.A.V | 100 | 114,7 | 123,0 | 119,7 | 113,4 | 123,9 |

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Eustat

Tabla 4: Evolución de la sensibilidad del empleo en las diversas localidades, 2000-2020

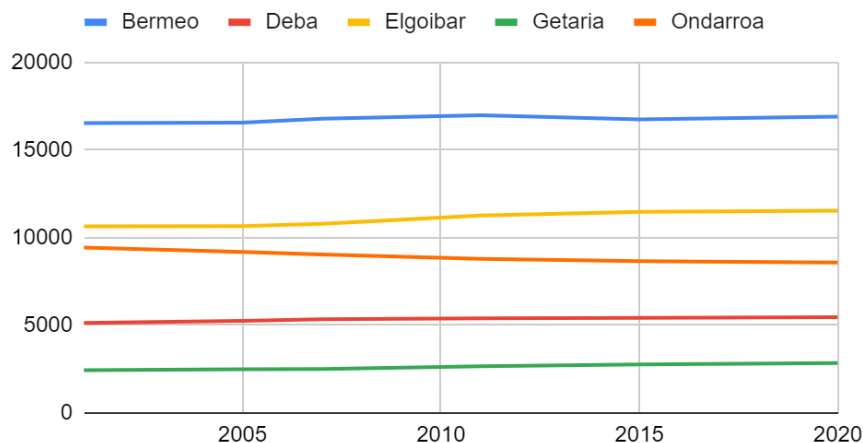
| | % Variación del empleo | | | Índice de Sensibilidad | | |
|-----------------|------------------------|-----------|-----------|------------------------|-----------|-----------|
| | 2000-2005 | 2007-2011 | 2015-2020 | 2000-2005 | 2007-2011 | 2015-2020 |
| Bermeo | 6,5 | -9,7 | 4,9 | 0,4 | 3,1 | 0,5 |
| Deba | 17,9 | -13,3 | 10,5 | 1,2 | 4,2 | 1,1 |
| Elgoibar | 14,5 | -4,8 | 5,6 | 0,9 | 1,5 | 0,6 |
| Getaria | 10,7 | -5,5 | 9,0 | 0,7 | 1,7 | 0,9 |
| Ondarroa | -1,4 | -9,7 | -11,3 | -0,1 | 3,0 | -1,2 |
| C.A.V | 14,7 | -3,2 | 9,2 | 1 | 1 | 1 |

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Eustat

La tabla 4 refleja que la mayoría de los municipios mantiene el mismo patrón, pero que cabe la posibilidad de que cada uno siga su propio comportamiento, y es el caso de Ondarroa. Si bien las consecuencias de la crisis económica derivada de la burbuja inmobiliaria se extendieron a todos los municipios, conforme lo demuestran los datos para el periodo 2007-2011, Ondarroa muestra un patrón distinto al resto a lo largo de todo este inicio de siglo. Muestra una variación del empleo negativa para todos los periodos, y lo que es aún más preocupante, es que en vez de mitigarse tal variación va en aumento. Así pues, mientras el resto gana en capacidad de adaptación Ondarroa se vuelve más sensible y, por lo tanto, menos resistente.

Gráfico 4: Población total por localidades, 2001-2020

Población total por localidades, 2001-2020



Fuente: elaboración propia a partir de Eustat (2020)

Tabla 5: Evolución de la población en las distintas localidades (Año 2000 = 100).

| | 2001 | 2005 | 2007 | 2011 | 2015 | 2020 |
|-----------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Bermeo | 100 | 100,2 | 101,5 | 102,7 | 101,3 | 102,2 |
| Deba | 100 | 102,4 | 104,2 | 105,1 | 105,7 | 106,5 |
| Elgoibar | 100 | 100,1 | 101,4 | 10,8 | 107,8 | 108,4 |
| Getaria | 100 | 102,1 | 102,6 | 109,0 | 113,7 | 116,8 |
| Ondarroa | 100 | 97,3 | 95,9 | 93,2 | 91,7 | 90,9 |
| C.A.V | 100 | 101,2 | 102,5 | 104,6 | 104,5 | 105,8 |

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Eustat

Tabla 6: Evolución de la sensibilidad de la población en las diversas localidades, 2000-2020

| | % Variación de la población | | | Índice de Sensibilidad | | |
|-----------------|-----------------------------|-----------|-----------|------------------------|-----------|-----------|
| | 2001-2005 | 2007-2011 | 2015-2020 | 2000-2005 | 2007-2011 | 2015-2020 |
| Bermeo | 0,2 | 1,2 | 0,9 | 0,2 | 0,6 | 0,8 |
| Deba | 2,4 | 0,9 | 0,7 | 2,0 | 0,4 | 0,6 |
| Elgoibar | 0,1 | 4,4 | 0,6 | 0,1 | 2,2 | 0,5 |
| Getaria | 2,1 | 6,3 | 2,7 | 1,7 | 3,1 | 2,2 |
| Ondarroa | -2,7 | -2,8 | -0,9 | -2,2 | -1,4 | -0,8 |
| C.A.V | 1,2 | 2,0 | 1,2 | 1 | 1 | 1 |

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Eustat

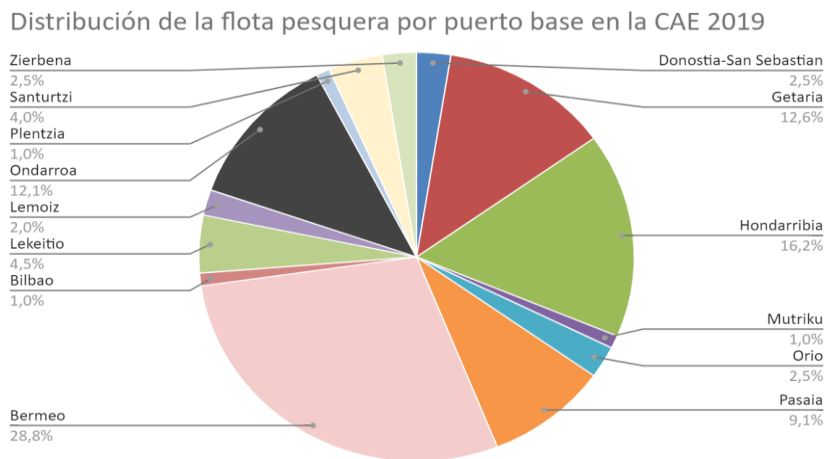
Como sucede con el empleo, la variable población tampoco arroja los datos más prósperos en el caso de la villa de Ondarroa. Es el único municipio con una tendencia negativa en población, y muestra ser también más sensible ante los distintos periodos. El resto de municipios cuenta con una variación porcentual positiva, tanto si se tiene en cuenta como origen el año 2001 como si analizamos los datos por periodos independientes. Así pues, los datos que arrojan las tablas 2, 3, 4 y 5 invitan a que se relacionen estas dos variables, pues una clara falta de empleo no es indicador de prosperidad económica. El paro y la falta de creación de puestos de trabajo puede a menudo hacer que existan movimientos migratorios, desde zonas menos prósperas hacia otras con mayor cantidad de empleo.

2.2 Análisis del sector pesquero de Ondarroa

El primer dato que es propicio de análisis es la distribución de los buques de pesca según puerto base dentro de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Según recoge NASDAP y proporciona el Gobierno Vasco, Euskadi cuenta con un total de 198 buques, 87 en Gipuzkoa y 111 en Bizkaia. El siguiente gráfico proporciona el valor porcentual de los buques por puerto base respecto al total del País Vasco para el año 2019. Cabe destacar Bermeo con 57 buques, Hondarribia que cuenta con 32, Getaria 25 y Ondarroa 24. Si bien es cierto que una mayor cantidad de buques no se traslada con obligatoriedad en mayores volúmenes de capturas, ni mayores beneficios, pues a menudo las naves de ciertos puertos descargan en puertos extranjeros, logrando así

mayores márgenes. Pero pese a ello sigue siendo un indicador que muestra la importancia que tiene la pesca respectivamente de cada puerto (Del Valle y Astorkiza, 2019)

Gráfico 5: Distribución de la flota pesquera por puerto base en la CAE, periodo 2019



Fuente: elaboración propia a partir de Eustat (2019)

Esta cantidad de flota pesquera permite al territorio vasco situarse en segundo puesto en número de naves de todo el Estado español, representando el 17%; el primer puesto lo ocupa Galicia con el 35% de toda la flota española (Del Valle y Astorkiza 2019). A primera vista es un buen dato, pues sería indicador de una buena competitividad. Pero analizando el largo plazo, se observa que lo que sucede es más que preocupante, y queda visible la decadencia del sector pesquero conforme suceden los años. En 1995 la cifra de buques en Euskadi era de 500 barcos, esto es, más de 300 buques de diferencia respecto a 2019. La estadística habla por sí sola, y refleja una prosperidad preocupante del sector. En el caso de Ondarroa, el patrón es el mismo y si en 1995 contaba con 82 naves, en la actualidad la cifra es de 24; una reducción del 71% que se ha dado progresivamente, pero pone en jaque la crisis existente de la pesca. Además, aunque este descenso ha sido generalizado en el País Vasco, se ha acentuado más en Ondarroa; mientras en 1995 Ondarroa representaba el 28,8% de la flota total vizcaína y el 16,4% de la comunidad, actualmente representa el 21,6% y el 12,1% respectivamente. Luego, proporcionalmente el descenso ha sido más significativo en el municipio ondarres. Por otro lado, Getaria ha visto reducido su número de buques en un 31%, 40 puntos menos que Ondarroa. En 1995 la localidad guipuzcoana contaba con 36 buques y en 2019 con 25, no ha sido un puerto tan potente como Ondarroa en número de embarcaciones, pero a lo mejor es lo que le ha permitido lograr una menor dependencia, dando lugar a que en la actualidad exista una mayor diversificación y por ende sus datos socioeconómicos den mejores resultados. Aun así, Ondarroa persiste en su actividad y es uno de los puertos más importantes de todo el cantábrico, sino de todo el Estado español, y al hilo del número de naves puede que obtenga una ventaja competitiva. Y es que en todo el País Vasco es el único puerto que cuenta con embarcaciones de altura al fresco, consiguiendo así una diferenciación. De esta manera, los buques ondarreses tienen la posibilidad de descargar en puertos más lejanos, como por ejemplo en Irlanda.

Como se ha mencionado, el puerto de Ondarroa tiene gran relevancia en el mercado y en gran parte es gracias al volumen de capturas que logra anualmente. Como recoge la página oficial de turismo en Euskadi turismo.euskadi.eus "es el puerto más importante del cantábrico" en cuanto a volumen de pesca se refiere,

pero, pese a ello, si se analiza el largo plazo nos topamos con otra amenaza. Tanto en términos de valor, expresados en euros, como en volumen de pesca expresado kilogramos, los datos reflejan un descenso. También se da este decrecimiento en cuanto a precio/kilogramos (EUROS/kg), lo cual es más preocupante si cabe puesto que teniendo en cuenta términos monetarios como la inflación, es alarmante que el puerto de Ondarroa, por ejemplo, consiguiera precios más altos en 2016 que en cualquiera de los siguientes años. Cabe destacar los datos anuales de primera venta por cada puerto, recogiendo como se ha indicado anteriormente, los volúmenes de pesca, su valor y el precio por kilogramos. Estas cifras las proporciona EUMOFA, el cual es el observatorio europeo del mercado de los productos de la pesca y acuicultura, en los últimos cinco años. El descenso deja al descubierto la crisis estructural del sector; en 2016 el volumen de pesca del puerto de Ondarroa fue de 40.367.129,60 kg con un precio por kilogramo de 1483,04€. En 2020, en cambio, la cifra de las capturas desciende hasta 19.893.940,01 kg y un precio de 1355,61. Más de 127€ de diferencia negativa por kilogramo, teniendo en cuenta el paso de cuatro años. Resaltar que los datos de 2020 no han sido estrictamente motivados por la pandemia mundial puesto que en 2019 las cifras indican una tendencia similar, con un volumen de 24.365.750 kg y un precio de 1400,60€/kg. 83€ menos que en 2016.

Al hilo de estos datos, es interesante una comparación con el puerto de Pasaia. En términos de volumen históricamente ha sido inferior a Ondarroa, pero su ventaja de poder descargar sus capturas en tierras Francesas ofrece a los guipuzcoanos unos precios notoriamente más altos, y como teóricamente dicta la lógica, una línea ascendente en cuanto a los precios se refiere conforme se suceden los años. Cabe mencionar que 2020 ha sido el único año desde 2016 que ha habido un descenso de los precios, posiblemente por la compleja situación del mercado tras la pandemia. También se aprecia en este caso un descenso del volumen de pesca, pero es menos notorio que en Ondarroa, pues en la localidad vizcaína se ha reducido cerca del 50%. Si en 2019 el precio/kg era de 1400,60€ en Ondarroa, en Pasaia fue de 2568,34, lo cual es una diferencia abismal. En términos de valor de la pesca, se observa que los 19.001.779,39 kg de captura que hace Pasaia están valorados en 75.411.241,78€, mientras que el valor de 24.365.750,66 kg ondarreses consiguen una valoración de 48.254.567,20€. Esta comparativa es muy interesante, y deja de manifiesto que Ondarroa pese a lograr más capturas no consigue necesariamente mayores rendimientos, con el consecuente empobrecimiento del sector y el municipio si lo trasladamos a su dependencia del mar. Una vez más, los datos dejan de manifiesto la inestabilidad del sector y en este caso como la incertidumbre y unos peores precios azotan con más violencia al pueblo ondarres.

2.3. Diagnóstico de resultado

El diagnóstico va a servir de gran ayuda para profundizar acerca de las situaciones que deben revestirse y posteriormente proponer cuales son las posibles acciones a desarrollar para conseguirlo. Para ello, hay que basarse en el análisis que se ha expuesto anteriormente. Mediante una visión global de las variables socioeconómicas y del sector pesquero que se han estudiado, se intuye una situación delicada de presente y futuro en el pueblo de Ondarroa. No ya solo por una profunda crisis del primer sector, sino porque en el corto y medio plazo no se atisba una tendencia positiva para el nivel de vida del pueblo ondarres. Los datos socioeconómicos reflejan una prosperidad muy preocupante del municipio, y de la mano de unos datos negativos del sector pesquero se prevé que es muy probable que exista relación.

Por un lado, la tasa de paro es alta y, por otro, el análisis de sensibilidad del empleo muestra que Ondarroa es menos resistente a los factores externos que la media; lo mismo que sucede con la población, indicador que se inclina en la misma tendencia. Es por ello que crear nuevos empleos debería ser una de las prioridades. Por

otro lado, las rentabilidades de los recursos generados por el primer sector cada vez son menos productivos, con unos precios cada vez más bajos y un volumen de pesca notoriamente mayor que otros puertos. Se confirma el problema estructural del sector de esta manera, pues unos márgenes tan ajustados provocan el descenso de la flota con el paso de los años, lo que se traslada directamente a reducción de empleo y crecimiento del paro. El mar no genera actualmente rendimientos altos, o por lo menos no se trasladan al bienestar de los habitantes de Ondarroa, y al haber una cierta dependencia del sector, esto se refleja en el PIB per cápita. Este dato en concreto es de especial interés ya que el PIB per cápita es un buen indicador del nivel de vida de la población y, en este caso, cada ciudadano aporta mucho menos que la media de municipios de la comunidad vasca. Como se puede apreciar, las localidades con mayor incidencia en otro sector como es el industrial, son las que datos socioeconómicos más prósperos obtienen.

Queda patente que los datos recogidos mediante EUSTAT y EUMOFA, además del artículo de Del Valle Erkiaga y Astorkiza Ikazuriaga (2019), no parece que vayan a cambiar de tendencia si no se lleva a cabo una adaptación, afectan directamente en el devenir de la situación socioeconómica de la villa. Ondarroa cuenta con oportunidades que explotar, como la riqueza que atesora el pueblo en sus calles, paisajes e historia. Para revertir la situación y que la crisis de un sector que lleva años en declive no afecte sobremanera al nivel de vida del pueblo, Ondarroa requiere de una transformación o reorientación. Un nuevo enfoque hacia el tercer sector que convierta el patrimonio cultural de un pueblo en recursos, aumentando la productividad. Aprovechar una explotación del patrimonio pesquero es una oportunidad de negocio para el municipio. De esta manera la consiguiente creación de empleos y mayores aportaciones al PIB municipal son objetivos que en el medio plazo podrían lograrse.

3. PROPUESTA DE DIVERSIFICACIÓN ECONÓMICA DE ONDARROA

El trabajo de campo ha sido fundamental a la hora de plantear la hipótesis en primer lugar, y sobre todo para desarrollar el trabajo de investigación sobre el terreno. El objetivo ha sido conocer en profundidad el pueblo de Ondarroa y analizarlo desde una perspectiva económica, cultural y turística. De esta manera, se han podido recoger los puntos que suscitan interés por su legado histórico junto a su ubicación, además de otros donde puede existir una potencial explotación económica, vinculada con la gastronomía principalmente.

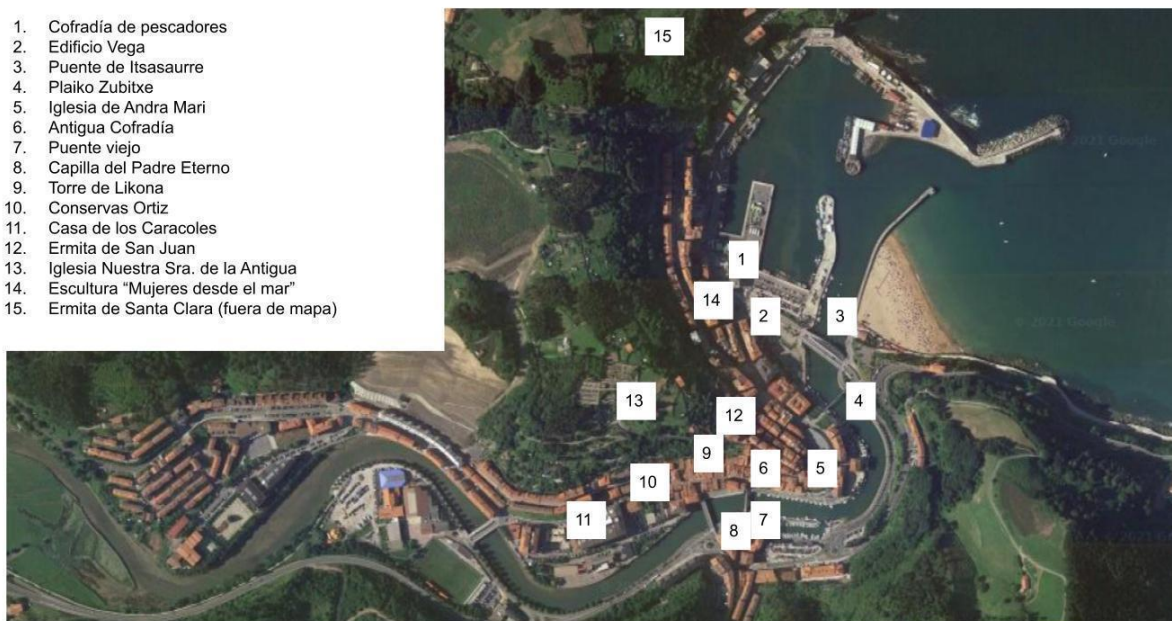
El patrimonio histórico es notorio en la localidad pesquera, y cuenta con más de diez puntos de interés. El casco viejo cuenta con -aunque escasos debido a varios incendios que destruyeron la villa especialmente en 1794- algunos edificios construidos en la Edad Media, y el tramado urbano de este mantiene el trazado original. La religión ha estado históricamente muy presente, y es por ello que hay ubicadas dos iglesias y tres ermitas. Cabe destacar la Iglesia de Andra Mari que está construida sobre rocas, imponente sobre el último tramo del río Artibai que desemboca en el mar Cantábrico. Pese a ello, la santa patrona de los pescadores es la ermita de Nuestra Señora de la Antigua y está ubicada algo alejada del centro urbano, en un punto estratégico de la villa. En cambio, en el centro sí se sitúa la antigua Cofradía Santa Clara, creada en el siglo XIV para dar apoyo religioso a los pescadores y sus familias. El puerto de Ondarroa que ha sido reformado recientemente y cuenta con un pabellón inaugurado en enero de 2021, cuenta ahora con una nueva sala de subastas con nueva tecnología. Esto permite que un proceso tan tradicional como lo son las subastas de bajura y altura se siga haciendo conforme al proceso habitual, pero con todas las comodidades que aporta un software óptimo. Otra estructura moderna es el puente de Itsasaurre, diseñado por el famoso arquitecto e ingeniero Santiago Calatrava, que hace que la vista desde el mar del pueblo de Ondarroa sea única. Frente al puerto, y donde más se respira tradición y patrimonio heredado durante generaciones, se sitúan las lonjas de pescado de Ondarroa, principalmente en la calle Egidazu. Cabe destacar también la fábrica de Conservas Ortiz, que se ubica en el centro del municipio y cuya historia se remonta a 1891. Precisamente se fundó en la villa de Ondarroa y expandida por todo el Estado, aún destaca por elaborar las conservas de forma artesanal y respetando el arte la pesca tradicional.

La naturaleza, más allá de edificios, calles o incluso puentes romanos con mucha historia, también es patrimonio y es otro aspecto del que goza Ondarroa de una ventaja competitiva. Las marismas de Aieri y en especial la playa de Arrigorri, hacen de la villa un lugar especial en el que las actividades puedan ser mucho más diversas. Además, la producción de Txakoli también cuenta con su versión ondarresa mediante Bodegas Harizpe, que comercializa el vino blanco bajo la denominación de origen “Bizkaiko Txakolina”. En este sentido, no hay que olvidarse del patrimonio intangible, tan protegido incluso legislativamente por el gobierno vasco, con el objetivo de su preservación.

En la Ilustración 1 se han plasmado numéricamente los principales puntos de interés, en términos de patrimonio y según localización. De esta manera, se localizan de manera ordenada y fácil de ubicar.

Ilustración 1: Mapeo de Ondarroa

1. Cofradía de pescadores
2. Edificio Vega
3. Puente de Itsasaurre
4. Plaiko Zubitxe
5. Iglesia de Andra Mari
6. Antigua Cofradía
7. Puente viejo
8. Capilla del Padre Eterno
9. Torre de Likona
10. Conservas Ortiz
11. Casa de los Caracoles
12. Ermita de San Juan
13. Iglesia Nuestra Sra. de la Antigua
14. Escultura "Mujeres desde el mar"
15. Ermita de Santa Clara (fuera de mapa)



Fuente: elaboración propia. Imagen satélite de Google Maps (2021)

Como se ha destacado previamente, Ondarroa es una villa con una tan dilatada historia que aglutina varios aspectos remarcables en términos de patrimonio cultural. Como dicta la Ley 6/2009, de 9 de mayo acerca del patrimonio cultural vasco, tanto expresiones orales, como tradiciones sociales, técnicas artesanales, gastronomía y actos festivos conforman una identidad vasca y son el reflejo de la trayectoria histórica heredada. En el caso de Ondarroa se pueden destacar varios aspectos que pueden suponer atractivo cultural y de ocio. En primer lugar, las ropas marineras son un atractivo expandido por todo el territorio vasco, y en Ondarroa es fácil encontrar comercios locales donde conseguir el tradicional traje *arrantzal* que tantos años de historia pesquera contienen sus telas. En el aspecto lingüístico, Ondarroa es muy singular, y para los vascoparlantes es fácil distinguir que el euskera hablado en la villa ondarresa es distinto al de otros territorios. Este es un aspecto muy remarcable, pues se trata de algo único de Ondarroa, transmitido de generación en generación; herencia pura de los habitantes del pueblo. Es tan curioso que existe una app para dispositivos móviles que incluye más de quinientas expresiones puramente ondarresas, lo cual sin lugar a dudas puede ser un reclamo cultural atractivo. El marco musical también compone este rico patrimonio cultural pesquero, y un ejemplo es la canción marinera *Boga* tan tradicional a la vez que expandida en la cultura vasca; se intuye que tiene su origen en Ondarroa. Una de las estrofas de esta canción popular de pescadores que ha sido heredada a través de muchísimos años, dice “*ez det nik ikusiko zure kai ederra, kai ederra...Agur Ondarroako itsas, itsaso bazterra*” narrando así la historia de los marineros despidiéndose de la costa ondarresa. Actualmente es una conocida canción tradicional muy extendida pero que forma parte del patrimonio de la villa.

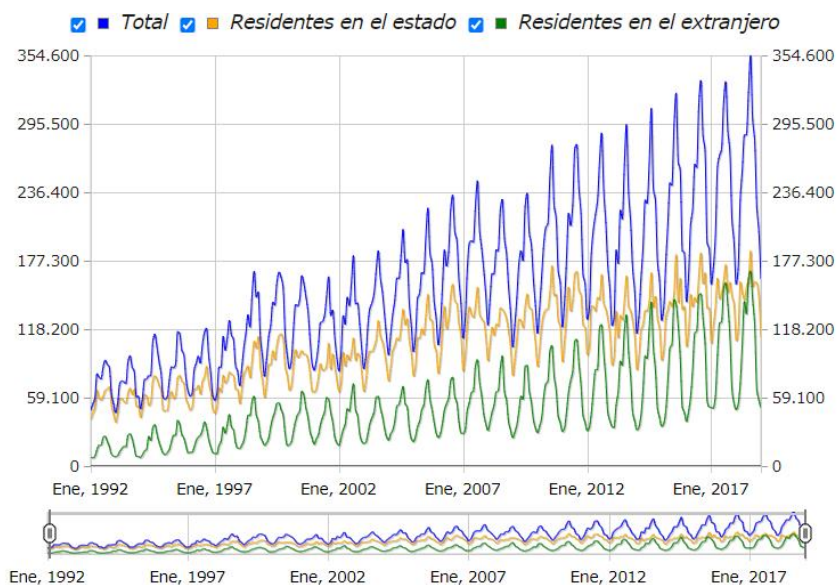
Por otro lado, cabe destacar la gastronomía. Y es que la cocina vasca que tanto éxito ha logrado en las últimas décadas tiene como base el pescado. Merluza, besugo, bonito y bacalao son parte fundamental de la base gastronómica del territorio, y los pueblos costeros parten con ventaja en este ámbito. En el marco gastronómico podría destacarse el marmitako, cuyo origen reside en los barcos de pescadores vascos donde los restos del bonito se mezclaban con otros condimentos. De esta manera se lograba así un plato caliente y

sencillo que servía de sustento a los marineros. Actualmente esta comida con orígenes tan humildes, es uno de los manjares más populares de la cocina vasca, respetado por los chefs más reconocidos del Estado. Así pues, también forma parte del patrimonio que la mar ha dejado, pues diversos pueblos costeros se atribuyen su creación, entre ellos Ondarroa.

De la investigación de campo y una vez analizada la villa hay un aspecto clave a destacar y es la necesidad de explotarse turísticamente para generar unos mayores recursos económicos. Como señalan Jiménez y García (2018) “It is well known that tourism has become one of the most influential economic sectors worldwide”. Pero tan importante es esta transformación como lo es hacerlo mediante un turismo sostenible (Figuerola, 2018). Esto quiere decir que las acciones orientadas al turismo deben ser respetuosas con el medio ambiente, viables económicamente y enfocarlas desde una perspectiva ética y social para la comunidad ondarresa. Uno de los principales problemas para la preservación de los patrimonios actualmente ha sido históricamente la masificación turística, que es algo que no se desea que suceda (Figuerola, 2018; Romero, 2001; y Velasco, 2009). Toda la tradición que atesora la villa debe estar siempre protegida y tener como objetivo preservar el patrimonio, girando las acciones económicas alrededor de. El fin ha de ser que la herencia pesquera y el turismo se entiendan de igual manera, interrelacionando ambos conceptos para no perder el patrimonio inmaterial que durante generaciones se ha conservado (Jímenez de Madariaga y García del Hoyo, 2018).

En cuanto a los datos que proporciona el propio ayuntamiento de Ondarroa, en 2015 la mayor parte de los visitantes (43%) de la villa eran procedentes del País Vasco, donde la mayoría eran vizcaínos. Otro 40’83% fue representado por visitantes del Estado español y el 16,17% del extranjero, donde Francia era con diferencia el país más representado. Esto quiere decir que la oferta turística no debería orientarse al turista extranjero, pues como indica el ayuntamiento de Ondarroa los propios vascos representan la mayor parte de las visitas. El mismo patrón se repite para todo Euskadi en cuanto a entradas en establecimientos hoteleros, como bien refleja el próximo gráfico, donde se puede observar que la línea de los visitantes estatales es mayor.

Gráfico 6: Entradas en establecimientos hoteleros de la C.A. de Euskadi por origen



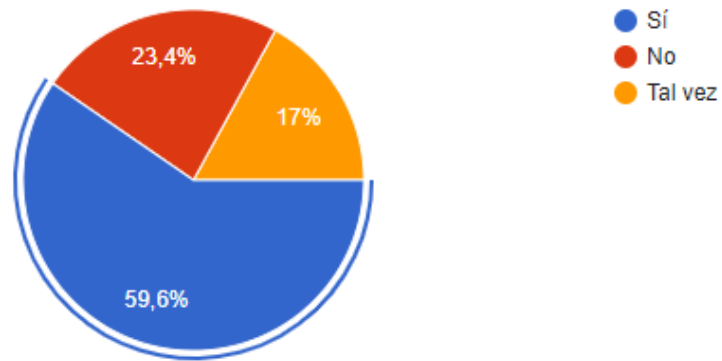
Fuente: Eustat. Encuesta de establecimientos turísticos receptores

Si ampliamos el territorio a Euskadi para 2019, las estadísticas proporcionadas por Ibiltur de mano del Gobierno Vasco muestran que los principales motivos de visita por categorías son: gastronomía y vino, turismo de ciudad, turismo costero y cultura. Respectivamente el 21,04%, el 19,28%, el 16,87% y el 14,5% de los visitantes escogían la comunidad vasca por estas categorías. En este caso, es interesante para Ondarroa que el turismo costero esté entre las principales categorías, además de la gastronomía y la cultura de la que pueden surgir oportunidades. Otros datos relevantes que aporta el departamento de Turismo, Comercio y Consumo sobre el turismo vasco y que se han de tener en cuenta son la duración de la estancia y el gasto por persona. Por un lado, se puede considerar de breve la estancia de los turistas en Euskadi, entre cuatro y cinco días; en el caso de la costa vasca aumenta ligeramente hasta un día más. Por otro lado, el gasto por visitante es considerado como alto, tanto en Euskadi en general como en la costa vasca en particular; de media el gasto por persona en la costa vasca asciende a 126€ y a 165,5€ para la media de toda la comunidad. Con estos datos se puede llegar a la conclusión de que el perfil de turista que recibe Euskadi y la costa vasca, es muy diferente del que pueda darse en otras zonas litorales del territorio español, tanto en duración, gasto como en demanda de actividades. Al hilo de estos últimos datos, queda patente que la gastronomía es un factor fundamental que se debe explotar y ofertar, pues el patrón de la demanda indica claramente lo que los visitantes buscan en tierras vascas. Tal es así que la gastronomía, junto a la sostenibilidad, son los dos puntos que resalta el consejero vasco de Turismo, Comercio y Consumo, Javier Hurtado, para crear una oferta atractiva en Euskadi ([País Vasco Euskadi ofrecerá gastronomía y sostenibilidad en Fitur para reactivar el sector](#),2021)

Por otro lado, y como forma de completar el trabajo de investigación ante las hipótesis planteadas, se ha realizado una encuesta online en la que han participado más de 100 personas, con el objetivo de obtener respuestas cualitativas y cuantitativas que sean de interés para poder elaborar propuestas más precisas. Se va a recabar información acerca del lugar que ocupa en la mente de las personas el pueblo de Ondarroa; el denominado *top mind*. Este fenómeno se refiere a la notoriedad que logra una marca, en este caso la localidad Ondarresa, en la mente de las personas. Así pues, se conocerá el puesto que ocupa el municipio, esto es, la capacidad de ser recordada por las personas. Esto se hará mediante una cuestión cualitativa, en la que el encuestado escribirá el nombre del primer municipio costero y posteriormente pesquero, que tenga en mente. El propósito con el resto de preguntas es recoger los datos de forma cuantitativa de forma que se pueda establecer un patrón de tendencia. Es un formulario sencillo pero que abarca diferentes tipos de preguntas en relación con pueblos costeros, pesqueros y actividades turísticas u ocio de interés. Previa recopilación de datos, la hipótesis es que Ondarroa no va a aparecer entre las prioridades ni que suscita especial interés, y el propósito es saber si podría revertirse esta situación proponiendo una oferta atractiva. La encuesta se dirige a personas residentes en Vizcaya, porque pueden ser más cercanas a conocer el municipio ondarres y puede ser el primer público objetivo de la estrategia que atraiga un nuevo turismo a la localidad. Los gráficos 7, 8, 9 y 10 ilustran los resultados de la encuesta online realizada, incluida en los anexos.

Gráfico 7: Atractivo acerca de la historia y el patrimonio cultural de los pueblos pesqueros

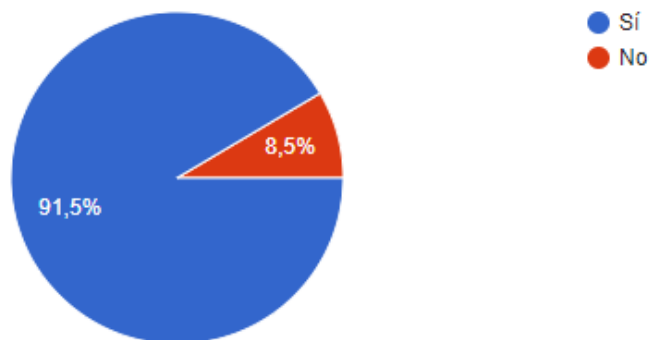
¿Te llama la atención la historia y el patrimonio cultural de los pueblos pesqueros?



Fuente: elaboración propia a partir de formulario recogido en el Anexo 4

Gráfico 8: Atractivo potencial de Ondarroa

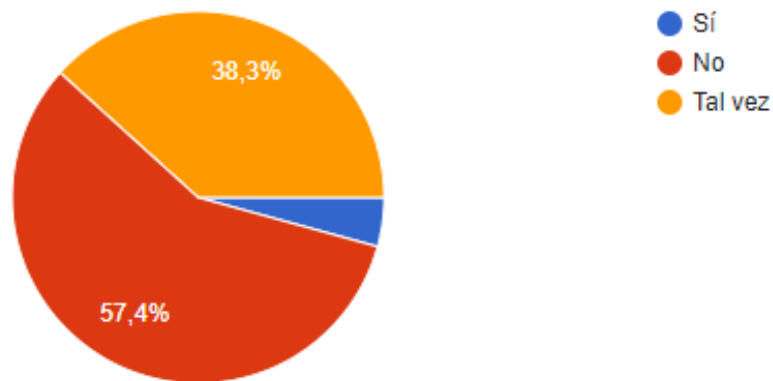
¿Visitarias Ondarroa como actividad de ocio?



Fuente: elaboración propia a partir de formulario recogido en el Anexo 4

Gráfico 9: Realidad actual de Ondarroa

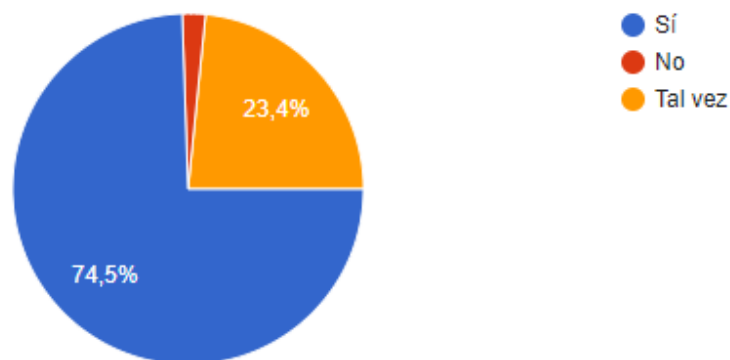
Si tuvieras que realizar una excursión a visitar algún municipio con puerto pesquero, ¿sería Ondarroa tu primera opción?



Fuente: elaboración propia a partir de formulario recogido en el Anexo 4

Gráfico 10: Atractivo gastronómico

Por último, si supieras acerca de una oferta atractiva gastronómica ubicada en Ondarroa, ¿visitarías la localidad exclusivamente para degustarla?



Fuente: elaboración propia a partir de formulario recogido en el Anexo 4

Las respuestas que emanan de estas preguntas, junto al resto de cuestiones del formulario reflejan una realidad de la que se pueden extraer varias conclusiones. En primer lugar, existe una predisposición a visitar Ondarroa, pues más del 90% lo haría en su tiempo de ocio, como refleja el Gráfico 8. Pero en cambio, al no existir una oferta atractiva o, al menos, no comunicarla correctamente, únicamente el 4,3% ha indicado que Ondarroa sería su primera opción como visita a un puerto pesquero tal y como indica el gráfico 9. Por el contrario, si supieran acerca de una oferta gastronómica atractiva, menos del 3% rechazaría visitar la villa (Gráfico 10). Además, a casi el 60% de los encuestados le llama la atención la historia y patrimonio cultural de los pueblos pesqueros, lo que confirma que la propuesta de diversificación mediante la explotación de estos recursos podría resultar acertada. Respecto a la pregunta cualitativa sobre mencionar el primer pueblo que considerasen pesquero que les viniese a la mente, Bermeo y Lekeitio han sido los más mencionados destacadamente, abarcando más del 65% de respuestas. Mientras, Ondarroa, no alcanza el 7%, lo que confirma que es necesaria una estrategia que dé a conocer la marca Ondarroa, siendo muy importante crecer en términos de notoriedad.

4. PROPUESTAS DE MARKETING Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Tras haber analizado en profundidad la localidad y los principales aspectos con influencia en la economía del municipio pesquero, a continuación, se van a exponer una serie de estrategias que pueden ser positivas para explotar la imagen de marca de Ondarroa, con el mar como elemento principal y característico, sumando a la pesca fórmulas complementarias de explotar económicamente la ventaja competitiva del municipio. Para exponer las estrategias en el marco del marketing y comunicativo, se plasmarán las ventajas competitivas de la localidad y el posicionamiento que se desea. Así pues, se da paso a una serie de propuestas que resultan atractivas como oportunidad de negocio junto con su estrategia de comunicación, que es clave para conseguir tal cometido.

4.1 Ventajas competitivas

Tras haber analizado la villa de Ondarroa in situ, y como refleja el mapeo realizado, el hecho de que existe un fuerte patrimonio cultural e inmaterial aporta un factor diferencial. No todos los pueblos se conservan de la manera que lo ha hecho Ondarroa, y el mantener a día de hoy edificios tan simbólicos vinculados a la propia historia del lugar, es una ventaja respecto a otros municipios en términos turísticos y culturales. De la misma manera el propio modo de vida de sus habitantes sigue esta corriente de ser un municipio especial, a diferencia de las grandes ciudades; los datos del año 2016 recogen que el 78,51% de la población es euskaldun, lo cual es un claro indicador de que la tradición vasca, en este caso con el idioma como indicador, es un elemento bien conservado y diferencial respecto a otras zonas del territorio vizcaíno.

Por otro lado, la gastronomía es importante en la cultura vasca en general, y lo es también en el caso de Ondarroa en particular. Como se ha destacado anteriormente, según la encuesta realizada, existe un especial interés en la gastronomía. Y el municipio ondarrés parte con ventaja, pues el hecho de contar con una buena materia prima proveniente del mar, así como conserveras de renombre, convierten este aspecto en algo muy atractivo. Además, no se limita exclusivamente a la cultura del pescado, pues Ondarroa es un lugar donde montaña y mar se aúnan; cabe destacar el mencionado txakoli con denominación de origen, que demuestra que no se ciñe únicamente al ámbito marítimo, pues el sector vitivinícola también está presente en este caso. Cuenta por tanto con una gran ventaja, pues no son muchos los municipios vascos que pueden plasmar en artes culinarios la cultura e historia del propio lugar y de manera diversa.

Por último, el no ser una gran urbe puede convertirse en un factor ventajoso para la villa. Las estrategias que se establezcan pueden guiarse conjuntamente e ir en la misma dirección de manera más fácil y coordinada, a diferencia de lo que pudiera suceder probablemente en una gran ciudad. La reorientación que se plantea para intentar explotar el rico patrimonio que atesora la villa, no requiere a priori una gran inversión económica, lo cual es algo positivo.

4.2 Posicionamiento y público objetivo

Como ya se ha destacado previamente, la cultura y la naturaleza deben ser la piedra angular de una posible oferta turística atractiva para Ondarroa. La sostenibilidad es vital, y en este sentido el término de turismo sostenible ha de estar presente en cada acción propuesta. Conservar el rico patrimonio que atesora la villa es importante y es a la vez la vía de poder explotarse económicamente. La diferenciación en este aspecto es fundamental (Larripa, S. 2019), pues el patrimonio que tiene cada pueblo o ciudad es único, y se debe aprovechar las ventajas que tiene la villa de Ondarroa respecto a otros municipios.

Es por ello que teniendo en cuenta todo ello, incluido el turismo sostenible que se pretende, el posicionamiento debe ser en base a la calidad. En vez de tratar de lograr llegadas masificadas de turistas, se intentará atraer a un menor público, pero con un poder adquisitivo medio-alto. No es necesaria una segmentación por edades, pues las diversas actividades que se proponen son diversas y pueden atraer a rangos de edades diferentes. Así pues, el fin es conseguir un mayor desembolso en la villa.

Es por ello que el objetivo Ondarroa ha de ser que la villa se relacione directamente con el término calidad, que todos los servicios ofrecidos se exijan unos requisitos mínimos. El Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE) exige una serie de requisitos mínimos, y a quienes los cumplen se les otorga el distintivo de la “Q” de calidad turística, el cual es un certificado reconocido por todo el Estado. Todos los establecimientos relacionados con el sector turístico pueden obtenerlo, desde restaurantes y alojamientos hasta playas o campings. Así pues, en este marco es importante intentar acercarse lo máximo posible a conseguir dicha distinción, que aporta un status de calidad y fiabilidad a los clientes de manera certificada. De esta manera, si se lograra, el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) publicita de manera oficial a quienes cuentan con la “Q” de calidad, para acercar estos establecimientos a los clientes interesados. Desde un punto de vista comunicacional sería un hecho muy positivo.

Las ventajas de este posicionamiento son diversas, pues de cara a potenciales visitantes de la villa se garantiza que los servicios ofertados cuentan con unos estándares de calidad oficiales. Habitualmente la “Q” de calidad aporta prestigio, lo que hace que sea más fácil atraer a las personas. En definitiva, es un buen elemento diferenciador y se logra una promoción interesante en el ámbito comunicativo.

4.3 Propuesta de acciones

Tras haber acotado los diversos bienes que posee Ondarroa, tanto materiales como inmateriales, lo que se ha de intentar es convertirlos en recursos turísticos. Así pues, las acciones propuestas van a girar en torno a dar a conocer el patrimonio cultural de una forma atractiva, por un lado, mientras que, por el otro, términos como ecoturismo o gastronomía tendrán bastante relevancia. El turismo experiencial alrededor de la pesca y la gastronomía será un punto relevante para atraer a las personas.

En primer lugar, uno de los objetivos es proponer nuevos usos a los edificios y espacios que tienen relación con el mar. Muchos de los bienes que figuran en el mapa realizado tienen vinculación histórica directa o indirecta con la cultura pesquera, hecho explicable por la influencia y dependencia del pueblo por este sector a lo largo de los años. Es por ello que, tras el análisis de la villa, se ha detectado la oportunidad de poder integrar gran parte del patrimonio de Ondarroa en una ruta turística, o bien preparar actividades culturales en los diferentes espacios relacionados con el patrimonio pesquero. Con el objetivo de potenciar un mayor conocimiento sobre la historia pesquera y, en concreto, sobre Ondarroa, sería muy interesante una ruta que comenzase desde la fábrica de conservas Ortiz. Se podría observar in situ el proceso que realiza esta conocida marca que destaca por respetar la tradición, e incluso podría resultar atractivo aprovechar para realizar catas de sus productos. Al ser uno de los edificios más alejados del casco viejo y de su desembocadura en el puerto, el recorrido seguiría un orden desde el interior hasta terminar en el mar. Tras la visita a esta conservera, se daría paso a conocer los diversos edificios que forman parte del patrimonio artístico y que se ubican en el centro. Ya en el casco viejo, resultaría de interés habilitar la Antigua Cofradía con diferentes usos. Por un lado, podrían mostrarse datos interesantes como temporadas de capturas y las técnicas que emplean y han empleado históricamente los arrantzales ondarreses, además de incluir un rincón donde poder adquirir las

conservas locales. Este punto es relevante, pues es muy importante acercar lo máximo posible al público, siempre con una imagen que ponga en valor el sector y resalte la calidad del producto capturado por la flota ondarresa. De esta manera se intentará fomentar el consumo del producto local, y hacerlo de la mejor manera posible; dando a conocer el proceso completo, y acercando los artes de pesca a las personas. Posteriormente la Iglesia de Andra Mari podría ser un buen reclamo, pues su estructura sobre las rocas a pie del río Artibai es muy especial. El siguiente punto, siguiendo el río hacia la desembocadura en el mar, llevaría hasta el puerto, donde se encuentra muy próximo la Cofradía de Pescadores actual, la escultura “Mujeres desde el mar” y las numerosas lonjas de pescado. Con la nueva reforma realizada en el puerto, podría ser atractiva una visita para presenciar en primera persona el especial proceso de subastas para adquirir las capturas. Es una manera de venta que desprende tradición, y mostrarlo es una manera de poner en valor la tradición marinera. Por último, en el mirador ubicado al final del puerto, podría apreciarse Ondarroa mientras se relatan hechos históricos interesantes como las cazas de ballenas, tan presentes en la historia pesquera vasca.

Otras actividades que podrían organizarse para conocer más acerca del patrimonio cultural pesquero, tienen que ver con lograr un lazo estrecho con personas cercanas al mar, ya sea en la actualidad o en el pasado. Resultaría interesante poder aprender el proceso de creación y revisión de las redes de pesca, algo que históricamente se ha vinculado al trabajo que realizaban las mujeres mientras los hombres salían al mar. Indudablemente esto significaría transmitir directamente a otras personas parte de un patrimonio cultural inmaterial que se ha conservado generación tras generación en las localidades pesqueras. En el mismo marco de dar a conocer de manera personal y cercana el arte de la pesca, visitas a barcos pesqueros situados en el puerto sería atractivo. Podría restaurarse uno o más barcos, y desde dentro mostrar por un profesional todo lo relacionado con él, la pesca, y su funcionamiento. El objetivo es en todo momento intentar lograr acercar a las personas lo máximo posible al mundo pesquero mediante el turismo experiencial, haciendo sentir como tuyas las explicaciones o incluso experiencias vividas por el instructor, si fuese el caso.

Como se ha observado en el proceso de investigación, la gastronomía es y debe ser un factor muy importante. Contando con la historia, el patrimonio y el producto de gran calidad, es necesario lograr una oferta gastronómica atractiva. Como se ha visto anteriormente en las encuestas, este ámbito resulta atractivo para la mayoría de las personas, por lo que es un recurso muy valioso. Teniendo en cuenta el ejemplo de Getaria, donde el pescado a la parrilla es un emblema del municipio, Ondarroa debe seguir los mismos pasos. Getaria ha conseguido que su gastronomía sea un símbolo, y que muchos vascos y vascas al pensar en este municipio lo hagan también en su arte culinario. Es por ello que se debe tratar de llegar al *top mind* de las personas haciendo de la gastronomía de Ondarroa un nuevo reclamo, y que la relación Ondarroa y calidad gastronómica sea una realidad. Aquí surge el punto donde se une el arte culinario e intentar lograr la “Q” de calidad, puesto que los locales hosteleros que lo consiguiesen darían un gran salto de calidad, y por ende se convertiría en un buen escaparate para la villa. De esta manera, sería más fácil conseguir el objetivo para que se relacione al pueblo de Ondarroa con una propuesta gastronómica de calidad, interesante y atractiva. Conseguir que Ondarroa figure en la agenda de Euskadi en Fitur, considerada la segunda feria de turismo más importante del mundo, sería un objetivo ambicioso, pero no inalcanzable. En este marco gastronómico, además de apostar por los propios restaurantes, se podrían unir actividades relacionadas con catas de producto capturados por los barcos ondarreses y rutas de *pintxos* por los comercios hosteleros de la villa. Así pues, también se fomentaría un mayor consumo del producto local y aperturas de tiendas de conservas, tan típicas en municipios pesqueros del resto del Estado.

Por otro lado, el ecoturismo es una modalidad que sin duda sigue la filosofía que Ondarroa necesita. Una modalidad de turismo que respeta el medio ambiente, brindando la oportunidad de conocer las áreas naturales y culturales con el objetivo de su conservación. Es algo muy positivo pues tiene un bajo impacto para el medioambiente y además genera rendimientos socioeconómicos a la población local (Ana Baez, 1998). En este sentido, las Marismas de Aieri pueden ser un reclamo en el que se pueden observar cerca de 80 especies de aves, por lo que se podrían organizar actividades en este marco de observación del ecosistema y de fauna y flora. También existe la alternativa del senderismo, y podría ser una alternativa interesante. Por ejemplo, una ruta de cerca de una hora y sencilla sería partiendo desde el paseo entre la playa de Saturraran (Mutriku) y la playa de Arrigorri, cruzando la villa para ascender hasta la Ermita de Santa Clara. Es un recorrido agradable y concluye en un paraje precioso, donde se puede admirar desde la altura el mar y el comienzo de la costa guipuzcoana. Por último, el avistamiento de cetáceos es un fenómeno del que se puede disfrutar en la costa vizcaína, como ya ofrecen otros municipios costeros como Bermeo. Sería interesante ofertar este tipo de actividad, con los barcos adecuados donde poder disfrutar de la fauna marina de manera respetuosa.

4.4 Estrategia comunicación/Mix de comunicación

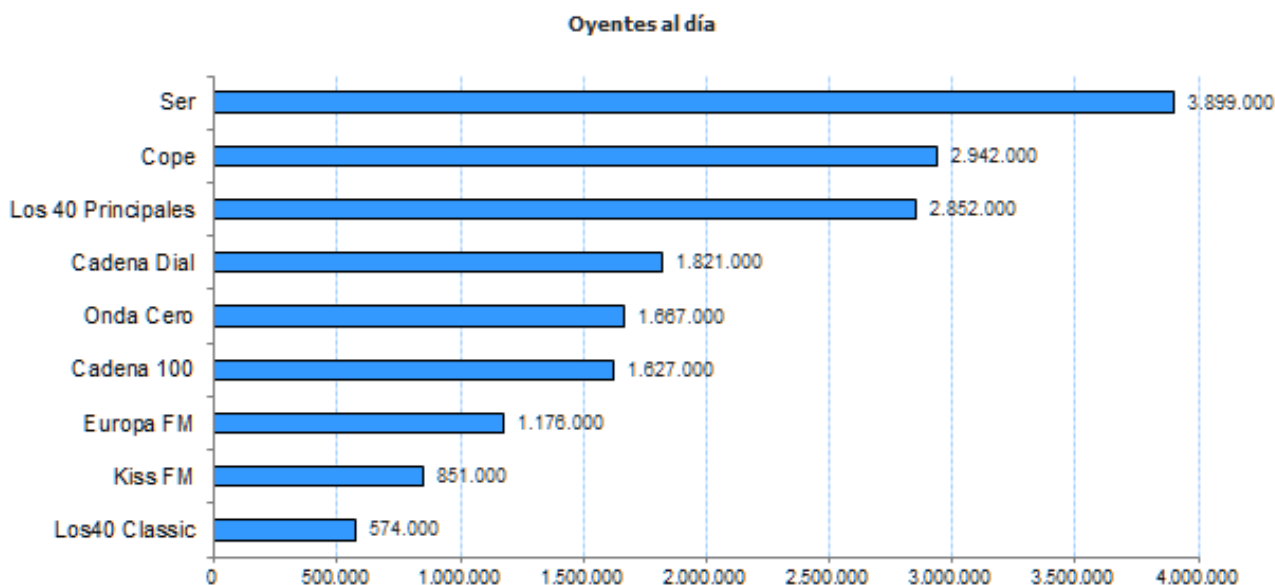
Una vez expuesta la propuesta de valor y proponer acciones que podrían ser positivas para la consecución del objetivo del desarrollo económico, es importante resaltar la importancia de una comunicación eficaz. Es muy importante ganar notoriedad y que se reconozca la marca Ondarroa, y para ello sería necesario ir aumentando la intensidad de la comunicación conforme crece la oferta turística. Es difícil establecer un mix de comunicación presupuestado y desglosado, pues Ondarroa requiere un tiempo de adaptación. Pero sí se puede afirmar que es de vital importancia combinar la presencia online y offline, para acercarnos a segmentos diferentes de público.

Respecto al marketing online, estar presentes en redes sociales y buscadores sería bastante sencillo, pues con inversiones relativamente pequeñas se podría llegar a muchas personas, eligiendo por cuantos días y el radio de alcance. En el marco de la comunicación online la principal inversión podría hacerse en Facebook Ads y Google Ads. La primera herramienta es muy efectiva para las redes sociales, pues las campañas no se limitarían a Facebook, si no a Instagram también; dos de las principales redes sociales que se usan masivamente junto a Twitter. La segunda herramienta es el principal buscador de internet, por lo que ganar visibilidad en esta herramienta es vital. En cuanto a Facebook Ads, es muy intuitivo y muy útil para realizar el control y seguimiento de la campaña, pues aporta datos valiosos. Se escoge el anuncio y se introduce la cantidad que se desea emplear cada día y durante cuánto tiempo, llegando a un radio geográfico más o menos amplio. Por otro lado, Google Ads ofrece la oportunidad de permanecer en los primeros resultados de búsquedas, con un similar sistema de inversión de Facebook €/día. Esto significaría invertir en SEM mediante anuncios de pago, pero sería muy importante paralelamente un buen mantenimiento de las páginas web de Ondarroa para que el crecimiento en SEO se dé al mismo tiempo de forma natural. En este sentido, las *keywords* y una comunicación constante son la clave, facilitarán el objetivo de alcanzar el *top mind* del público objetivo. Por ejemplo, una inversión a 180 días en Google invirtiendo 10€ por día supondrían 1.800€, lo cual refleja que son inversiones que no suponen un esfuerzo económico importante.

En cuanto a la comunicación offline, sería interesante poder realizar acciones comunicativas en radio. Obviamente sería interesante llegar a otras plataformas publicitarias, como la televisión, pero como refleja Oblicua (<http://www.oblicua.es/index.htm>), el coste es muy elevado. Mediante la radio se puede llegar a un

público objetivo muy amplio, y probablemente que alcanza rangos de edades más altos que las redes sociales. En el siguiente gráfico se aprecia la audiencia que consiguen al día las principales emisoras de radio.

Gráfico 11: Ranking de audiencia en radio



Fuente: EGM 2020

Para la estrategia de comunicación, se han escogido Los 40 principales, Cadena Dial y Kiss FM. Tras analizar el alcance y los precios de cada una de las emisoras, son las que mejor equilibrio ofrecen entre precios más competitivos y el alcance de las cuñas. Kiss FM ofrece un precio único, mientras que Los 40 principales y Cadena Dial aumentan sus precios dependiendo de la hora y el número de oyentes. Para Cadena Dial se ha escogido el momento del día que más personas pueden escucharla, de 6:00 a 11:00 de lunes a viernes, y para Los 40 principales de 11:00 a 21:00, cuyo rango horario es el segundo que más oyentes logra.

En la tabla 7 se ha plasmado, a modo de presupuesto, el desembolso que supondría por día o cuña las acciones comunicativas propuestas. Únicamente se incluye el precio por unidad, puesto que no sería realista incluir un número de días en el que invertir en comunicación en el tiempo. Previamente se deben conocer las acciones que el municipio de Ondarroa llevaría a cabo, para posteriormente establecer unos objetivos para el plan de comunicación, siendo estos medibles y revisables cada cierto tiempo.

Tabla 7: Acciones comunicativas y coste

| | Coste/ Ud. |
|---|------------|
| Facebook Ads | 15€ |
| Facebook Ads | 8€ |
| Cuña publicitaria en Kiss Fm tarifa única | 65€ |

| | |
|---|-----|
| Cuña publicitaria en Los 40 Principales, Lunes-Viernes de 11:00 a 21:00 | 91€ |
| Cuña publicitaria en Cadena Dial, Lunes-Viernes de 6:00 a 11:00 | 50€ |
| Google Ads | 7€ |

Fuente: elaboración propia a partir de Oblicua, Facebook Ads y Google Ads.

Por último, y como forma de captar la atención de la población vizcaína, podría resultar positivo en términos de impacto realizar acciones de *Street marketing*. Este tipo de acciones destacan por necesitar desembolsos bajos de dinero, pero por captar la atención de las personas de manera efectiva. Una acción creativa en el centro de la capital vizcaína, con la colaboración del ayuntamiento de Bilbao, podría llamar la atención incluso de medios importantes como EITB o prensa escrita, logrando así una gran repercusión para con la población vizcaína. Lo mismo podría realizarse en el resto de capitales vascas. En este sentido, el término *flashmob* es cada vez más recurrente en las diversas campañas de marketing, el cual consiste en que un gran número de personas comienzan a realizar un espectáculo fingiendo que es improvisado. A menudo, personas que no son parte del *show* terminan por participar, lo que lo convierte en una acción especial que cala en la mente de las personas. Podría realizarse una acción así con la temática de la gastronomía y el producto de Ondarroa, organizando un baile multitudinario con música, para que terminase con la oportunidad de que los transeúntes realizasen catas de dichos productos.

5. CONCLUSIONES

Comenzando por el análisis socioeconómico, que parte de la dependencia del sector pesquero que vive Ondarroa, ha quedado patente en la comparativa con el resto de municipios que convendría una diversificación económica. En este marco, la propuesta de lograr una explotación del patrimonio cultural pesquero constituye una alternativa complementaria a la actividad pesquera. Es en este punto donde surge el binomio pesca y turismo sostenible, donde ambos sectores pueden complementarse con el objetivo común de aprovechar la oportunidad de negocio y alcanzar así una situación socioeconómica más próspera para el municipio de Ondarroa.

Tras un primer análisis que refleja en qué situación se encuentra Ondarroa, ha sido necesaria una investigación acerca del municipio. Por un lado, resulta de interés conocer la valoración con la que cuenta Ondarroa sobre diversos aspectos relacionados con el atractivo turístico que suscita. El formulario online ha sido importante en este sentido, pues los resultados han reflejado efectivamente que con una oferta turística atractiva, la población vizcaína, al menos, sí está dispuesta a realizar actividades culturales, de ocio y gastronómicas en Ondarroa. También se han corroborado hipótesis con las que se contaban previamente, principalmente referentes a que Ondarroa no ocupa un lugar preferente a la hora de escoger un pueblo pesquero vasco que visitar. Los encuestados muestran cierta predisposición a conocer Ondarroa, pues su valoración es positiva, pero no se está generando un atractivo real que se transforme en visitas.

Siguiendo con el trabajo de investigación, el mapa ha sido una pieza fundamental en la cual sostenerse, una herramienta útil que de una manera visual permite localizar los principales atractivos de la localidad. Tras varias visitas en las que se ha recorrido Ondarroa para conocerlo en profundidad, se han planteado varios recorridos y/o actividades que realizar que podrían suscitar interés. Unas acciones que podrían servir de ayuda, sobre todo para comenzar a explotar económicamente unos recursos que en la actualidad no se están aprovechando, o por lo menos del todo. Las acciones que se han descrito sirven como argumento de que la marca Ondarroa puede tener un potencial del que no se está sacando partido, y podrían ser positivas en diversos sentidos; podrían atraer prosperidad económica al municipio, reforzarían la propuesta turística y gastronómica del País Vasco y además se estaría consiguiendo de manera sostenible. La gastronomía probablemente es la principal alternativa de explotación, pero sus atractivos van más allá por el rico patrimonio con el que cuenta el municipio, y la oportunidad de negocio se extiende también a naturaleza y cultura.

Una vez se establece cuáles son las alternativas que ofrece el municipio, es indispensable comunicarlo de una manera que genere impacto. El posicionamiento que debe buscar Ondarroa en relación a la calidad es un hecho que viene explicado por las ventajas competitivas con las que cuenta el municipio, y en este caso en el que Ondarroa no está en el *top mind* de los encuestados, es de vital importancia ganar en términos de notoriedad, generando la imagen de marca que interesa de Ondarroa. Que el turismo y la explotación del patrimonio pesquero se conviertan en protagonistas de la diversificación de Ondarroa, depende en gran parte de la atención que se logre atraer con la estrategia de comunicación. Es muy importante llegar a nichos diferentes de potenciales clientes, y ello justifica las acciones tanto online como offline. Por un lado, estar presentes en los principales buscadores de internet y redes sociales es necesario actualmente. Por otro lado, las acciones complementarias de radio y *flashmobs*, son el refuerzo necesario para la presencia online y constituyen una oportunidad de generar impacto masivamente.

BIBLIOGRAFÍA

1. Academiavasvadegastronomia.com. (s.f). Guía AVDG, Gipuzkoa. Recuperado de <https://academiavasvadegastronomia.com/localidades-sitios-euskadi-pais-vasco/pais-vasco-euskadi/guipuzcoa/getaria-guetaria/>
2. Baez, A. y Acuña. A. (2003). Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las Áreas Protegidas de Centro América. Recuperado de http://plataforma.responsable.net/sites/default/files/guia_mejores_practicas_ecoturismo_0.pdf
3. Callegari, F. y Vallega, A. (2002). Coastal cultural heritage: a management tool. J. Cult. Herit. 3 (3). 227-236. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/240435655_Coastal_cultural_heritage_A_management_tool
4. Datosmacro.com, 2021. Paro por municipios: Ondarroa. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/paro/espana/municipios/pais-vasco/vizcaya/ondarroa>
5. Del Valle, I. y Astorkiza, K. (2019, 21 septiembre). Clustering Basque fishing communities. Estudios de Economía Aplicada, Universidad del País Vasco. Vol. 37-3 2019 pp. 60-80. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/336363610_CLUSTERING_BASQUE_FISHING_COMMUNITIES
6. Eumofa.eu (s.f). Mapa de datos de primera venta por puerto (2020). [Mapa]. Recuperado de <https://www.eumofa.eu/es/map-of-eu-first-sales>
7. Europa press (2021, 27 mayo). Euskadi ofrecerá gastronomía y sostenibilidad en Fitur para reactivar el sector. Recuperado de <https://www.europapress.es/euskadi/noticia-euskadi-ofrecera-gastronomia-sostenibilidad-fitur-reactivar-sector-20210517133924.html>
8. Eustat (2018). Cantidad y valor de la pesca de bajura desembarcada en la C.A de Euskadi por ámbitos territoriales según especies. [Tabla]. Recuperado de https://es.eustat.eus/elementos/ele0000300/Cantidad_y_valor_de_la_pesca_de_bajura_desembarcada_en_la_CA_de_Euskadi_por_ambitos_territoriales_segun_especies/tbl0000385_c.html
9. Eustat (2020). Datos estadísticos de la C.A de Euskadi por municipios. [Conjunto de datos]. Recuperado de https://www.eustat.eus/municipal/datos_estadisticos/info_territorial_c.html
10. Eustat (2019). Entradas en establecimientos hoteleros de la C.A. de Euskadi por origen. [Gráfico]. Recuperado de http://www.eustat.eus/indic/indicadoresgraficosvista.aspx?idgraf=1751&o=ls&opt=Cy&tema=11&r=/estadisticas/tema_11/opt_Cy/tipo_12/Entradas_en_establecimientos_hoteleros_de_la_CA/temas.html
11. Figuerola, M. (2018). Futuro del turismo, ordenación o masificación. Madrid: Universidad Nebrija. Mesa del Turismo. Recuperado de <https://mesadelturismo.org/wp-content/uploads/2018/05/Turismo-urbano.pdf>
12. Gobierno de España, Ministerio de la presidencia, relaciones con las cortes y memoria democrática (2019, 29 mayo). Ley 6/2019, de 9 de mayo, de Patrimonio Cultural Vasco. [BOE]. Recuperado de https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2019-7957
13. Gobierno Vasco. (s.f.). Plan de Marketing del Turismo Vasco 2017-20 [Plan de marketing]. Recuperado de http://www.euskadi.eus/contenidos/tramita_plandep/planmarketingturismo20172020/es_def/adjuntos/DoPMTV%202017-20%20WEB.pdf

14. JENTOFT, S.; VAN SON, T.C. y BJORKAN, M. (2007). Marine protected areas: A governance system analysis. *Human Ecology*, 35, pp. 611-622. Recuperado de https://www.academia.edu/25677252/Marine_Protected_Areas_A_Governance_System_Analysis
15. Jiménez de Madariaga, C. y García del Hoyo, J.J. (2018) Enhancing of the cultural fishing heritage and the development of tourism: A case study in Isla Cristina (Spain); *Ocean and Coastal Management* 168 (2019) 1–11. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/328841057_Enhancing_of_the_cultural_fishing_heritage_and_the_development_of_tourism_A_case_study_in_Isla_Cristina_Spain
16. Jiménez, C. & Seño, A. (2018). Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad y Turismo, localizado en *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4-2, 349-366. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6640383>
17. Kaplan, R. y Norton, D. P. (2003). *Strategy maps : converting intangible assets into tangible outcomes* (1 edición). Boston, Massachusetts: Harvard Business School.
18. La mar de Onuba (s.f). “El patrimonio cultural pesquero como potencial para atraer turismo a Isla Cristina”. Recuperado de <http://revista.lamardeonuba.es/el-patrimonio-cultural-pesquero-como-potencial-para-atraer-turismo-a-isla-cristina/>
19. Larripa, S. (s.f.). El "mapa de posicionamiento": Posicionarse para diferenciarse. Recuperado de <https://cuadernodemarketing.com/mapa-de-posicionamiento/>
20. Limón Delgado, A. (1999). Patrimonio ¿de quién?. In Encarnación AGUILAR CRIADO (ed.) *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio*. Granada, Junta de Andalucía-Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, pp. 8-15. Recuperado de <https://www.researchgate.net/profile/Jose-Pascual-Fernandez/publication/46389016>
21. Martin, R. (2012). Regional economic resilience, hysteresis and recessionary shocks”, en *Journal of Economic Geography* vol. 12, pp. 1-32. Recuperado de <https://academic.oup.com/joeg/article-abstract/12/1/1/1161617>
22. Martínez Montoya, J. (2004/5). “Cultura vasca, globalización y posmodernidad” (Informe N. 9XI, pp. 41 a 68, año 2004/5.). Recuperado de http://www.bizkaia.eus/fitxategiak/04/ondarea/Kobie/PDF/5/Kobie_11_AC_CULTURA%20VASC_A,%20GLOBALIZACION%20Y%20POSMODERNIDAD,%20Cult.pdf?hash=44a0d1d45e78e6b2b74111e956544f73
23. Molina García, A; González Pintado, J.F; García Aranda, C (2010) “El turismo pesquero como instrumento de apoyo al desarrollo sostenible en zonas litorales: La experiencia del proyecto Sagital”. E.T. S.I en *Topografía, Geodesia y Cartografía*, Universidad Politécnica de Madrid, pp. 1638-1646. Recuperado de http://dspace.aeipro.com/xmlui/bitstream/handle/123456789/2116/CIIP10_1637_1648.PDF?sequence=1&isAllowed=y
24. Oblicua.es (s.f). Publicidad en radio. Recuperado de <https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-radio.htm>
25. Prats Canals, L. y Santana Talavera, A. (2005) “Reflexiones libérrimas sobre patrimonio, turismo y sus confusas relaciones” in Agustín SANTANA TALAVERA y Llorenç PRATS CANALS (eds.) *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*. Sevilla, Fundación El Monte, FAAEE, Asociación Andaluza de Antropología, pp. 9-25. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3957879>

26. Romero, C. (2001). Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad. PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 36(9), 100-109.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=190115>
27. Sánchez-Hernández, J.L. (2013). Sensibilidad y resiliencia de las regiones españolas durante las crisis económicas (1976-2011) pp. 74-96 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7501156>
28. Turismo.euskadi.eus (s,f). Destinos turísticos: Ondarroa. Recuperado de Turismo.euskadi.eus/es/localidades/ondarroa/aa30-12375/es/
29. UNESCO (2018). Textos fundamentales de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003 (2018th ed.). Sección del Patrimonio Cultural Inmaterial. División de Creatividad. UNESCO. Retrieved January 8, 2019. Recuperado de <https://ich.unesco.org/es/textos-fundamentales-00503>
30. Velasco, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. Cuadernos de Turismo, 25, 237-253. Recuperado de <https://www.uco.es/~gt1tomam/master/gestion/velasco.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Tabla 8: Empleo total por localidades, 2000-2020

| | 2000 | 2005 | 2007 | 2011 | 2015 | 2020 |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|
| Bermeo | 3865 | 4115 | 4280 | 3863 | 4451 | 4673 |
| Deba | 2281 | 2689 | 2842 | 2463 | 2403 | 2655 |
| Elgoibar | 4995 | 5717 | 5725 | 5450 | 5571 | 5881 |
| Getaria | 661 | 732 | 818 | 773 | 1152 | 1256 |
| Ondarroa | 2007 | 1980 | 2089 | 1887 | 2281 | 2024 |

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Eustat, empleada para el análisis de sensibilidad.

Anexo 2

Tabla 9: Población total por localidades, 2001-2020

| | 2001 | 2005 | 2007 | 2011 | 2015 | 2020 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Bermeo | 16542 | 16571 | 16790 | 16988 | 16752 | 16910 |
| Deba | 5122 | 5247 | 5336 | 5382 | 5414 | 5453 |
| Elgoibar | 10642 | 10650 | 10788 | 11258 | 11468 | 11540 |
| Getaria | 2424 | 2474 | 2487 | 2643 | 2755 | 2830 |
| Ondarroa | 9426 | 9175 | 9039 | 8788 | 8648 | 8567 |

Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Eustat, empleada para el análisis de sensibilidad.

Anexo 3

Leyenda del mapa

1. Cofradía de pescadores
2. Edificio Vega
3. Puente de Itsasaurre
4. Plaiko Zubitxe
5. Iglesia de Andra Mari
6. Antigua Cofradía
7. Puente viejo
8. Capilla del Padre Eterno
9. Torre de Likona
10. Conservas Ortiz
11. Casa de los Caracoles
12. Ermita de San Juan
13. Iglesia Nuestra Sra. de la Antigua
14. Escultura "Mujeres desde el mar"
15. Ermita de Santa Clara (fuera de mapa)

Anexo 4

Formulario online turismo, pesca y patrimonio cultural

Turismo, pesca y patrimonio cultural

Este es un breve cuestionario cuyo objetivo es extraer datos útiles en el marco de un trabajo de investigación. Está dirigido a personas residentes en Bizkaia y es totalmente anónimo. Muchísimas gracias de antemano por participar.

Sexo *

Mujer

Hombre

Otra...

Edad *

<18

18-23

24-34

35-50

>50

Situación actual

Varias opciones

Estudiante

Trabajo temporal

Trabajo indefinido

Parado/Incapacidad/Otros

¿Te gusta visitar municipios de la costa vizcaína en tu tiempo de ocio o, en su caso, te gustaría empezar a hacerlo?

- Sí
- No
- Tal vez

¿Pensarías en planificar una visita de más de un día a algún pueblo costero? Esta opción incluiría pernoctar en el municipio, ya sea hotel, pensión, camping etc.

- Sí
- No
- Tal vez

Motivos por los que irías a conocer estos pueblos

Texto de respuesta larga

.....

De esta lista, motivos que te atraen a una posible visita a un municipio costero. Puedes indicar más de una casilla.

- Gastronomía
- Cultura
- Actividades marítimas
- Sol y playa
- Naturaleza

Indica el primer pueblo con COSTA que te venga a la mente

Texto de respuesta corta

Indica el primer pueblo que consideres PESQUERO que te venga a la mente

Texto de respuesta corta

Para la siguiente pregunta:

Por patrimonio cultural entendemos el conjunto de bienes materiales e inmateriales que aportan riqueza a un municipio, región o país. Desde monumentos o edificios históricos que son tangibles, hasta tradiciones o leyendas de un lugar que se heredan de generación en generación y son intangibles.

¿Te llama la atención la historia y el patrimonio cultural de los pueblos pesqueros?

- Sí
- No
- Tal vez

¿Planificarías una visita a algún pueblo pesquero para realizar actividades exclusivamente vinculadas al mar?

- Sí
- No
- Tal vez

...

¿Conoces el municipio de Ondarroa?

- Sí
- No

¿Visitarías Ondarroa como actividad de ocio?

- Sí
- No

Si tuvieras que realizar una excursión a visitar algún municipio con puerto pesquero, ¿sería Ondarroa tu primera opción?

- Sí
- No
- Tal vez

Por último, si supieras acerca de una oferta atractiva gastronómica ubicada en Ondarroa, ¿visitarías la localidad exclusivamente para degustarla?

- Sí
- No
- Tal vez