



PLAN ESTRATÉGICO
DE TURISMO DE

NAVARRA

2 0 1 7 - 2 0 2 5

NAFARROAko

TURISMO
PLAN ESTRATEGIKOA





Parte hartzea

- Turismo Kontseilua
- Lurralde- eta sektore-arloko 12 bilera
- Sail arteko 5 bilera
- Eragileei egindako 32 elkarrizketa
- 17 tailer
- Konferentzia Estrategikoa, 130 parte-hartzaile

Gobernu Irekia



Participación

- Consejo de Turismo
- 12 reuniones territoriales y sectoriales
- 5 reuniones interdepartamentales
- 32 entrevistas con agentes
- 17 talleres
- Conferencia Estratégica con 130 participantes

Gobierno Abierto



CALIDAD
DE VIDA



PROSPERIDAD



SOSTENIBILIDAD

Espezializazio Adimentsuaren Estrategia :






















=> Nafarroaren garapen
jasangarria:

- Gizarte eta lurralde kohesioa
(BIZI KALITATEA)
- Bideragarritasun eta
lehiakortasun ekonomikoa
(OPAROTASUNA)
- Gure ingurumenaren zainketa
(JASANGARRITASUNA)

Estrategia de Especialización Inteligente:

=> Desarrollo sostenible de
Navarra:

- Cohesión social y territorial
(CALIDAD DE VIDA)
- Viabilidad y competitividad
económica
(PROSPERIDAD)
- Cuidado de nuestro medio
ambiente (SOSTENIBILIDAD)

	EJES DEL DESARROLLO DE NAVARRA				
	COHESIONADA	SALUDABLE	SOSTENIBLE	INDUSTRIAL	COMPETITIVA
PRIORIDADES TEMÁTICAS S3					
ÁREAS ECONÓMICAS ESTRATÉGICAS (Empresas + Tecnología + Demanda)					
Automovil y Mecatrónica					
Cadena Alimentaria					
Energías Renovables y Recursos					
Salud					
Turismo Integral					
Industrias Creativas y Digitales					

Fuente: Estrategia S3 de Navarra - Sodena



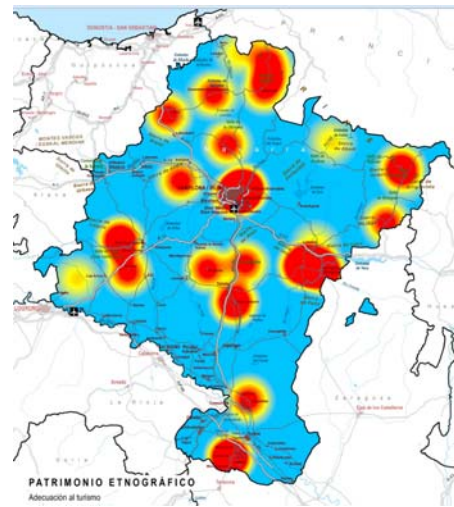
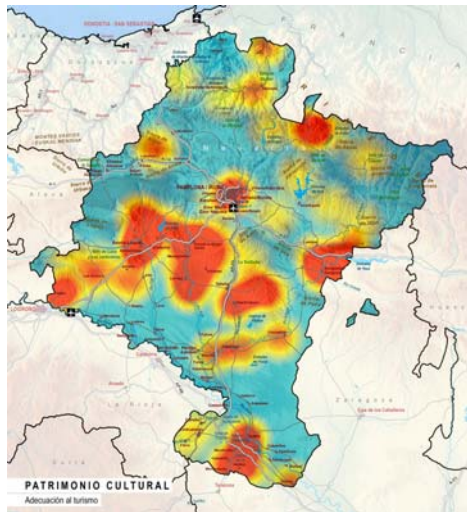
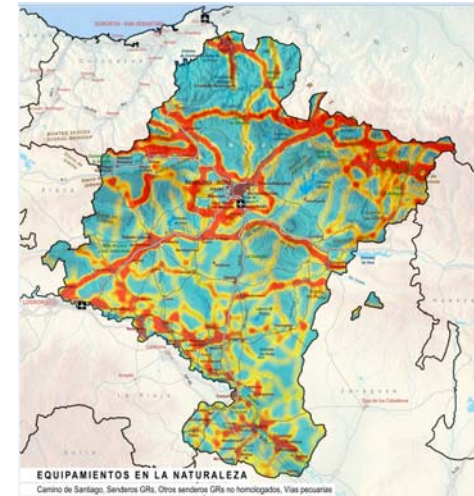
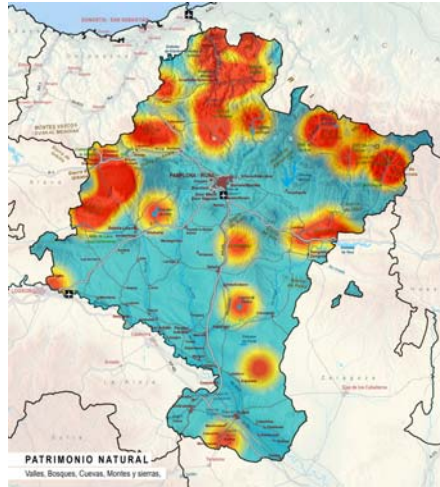
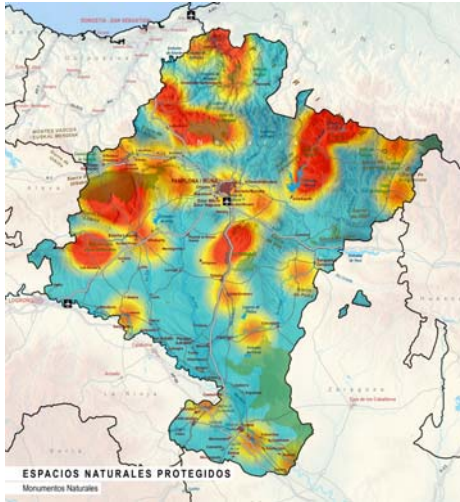
Diagnostikoa Diagnóstico



Baliabide turistikoak Recursos turísticos

- ➔ Ondare natural, biodibertsitate eta bereziak diren natura espazio preziatuak dituzten baliabideak
- ➔ Ondare kulturalaren dotazio handia, anitza eta ongi kontserbatua
- ➔ Espresio-indar handidun paisaiak, zirrara eragiteko gaitasuna dutenak

- ➔ Recursos valiosos en patrimonio natural, biodiversidad y numerosos espacios naturales singulares
- ➔ Gran dotación de patrimonio cultural, diverso y bien conservado
- ➔ Paisajes dotados de gran fuerza expresiva y con capacidad de emocionar



Turismo-datuak

40.015 ostatu-plaza

- 14.144 hotel
- 13.916 kanpamentu
- 5.628 landa-turismo
- 3.616 aterpetxe

1.392.217 bidaiari

- 995.248 hotel
- 162.242 kanpamentu
- 137.139 landa-turismo
- 25.572 aterpetxe

2.951.251 igarotako gau

- 1.837.903 hotel
- 495.185 kanpamentu
- 358.625 landa-turismo
- 59.864 aterpetxe

Datos turismo

40.015 plazas de alojamiento

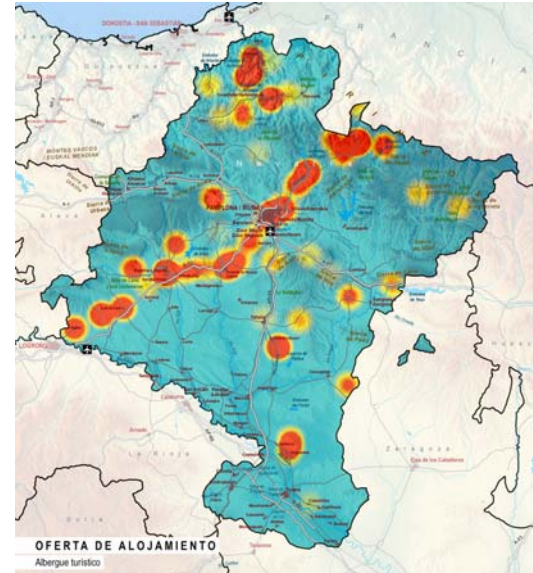
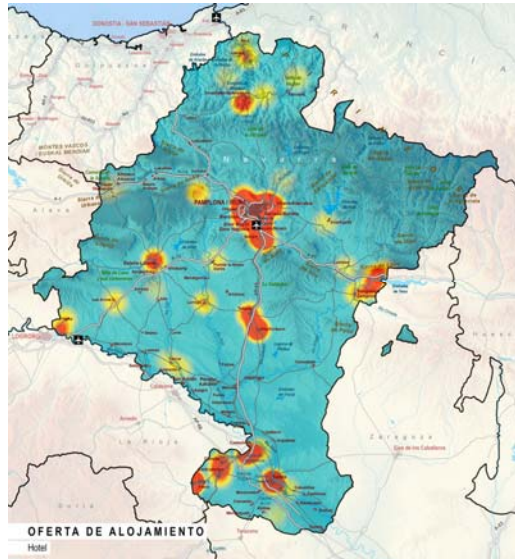
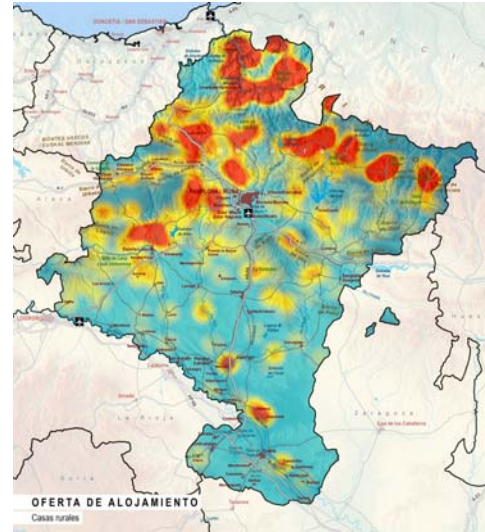
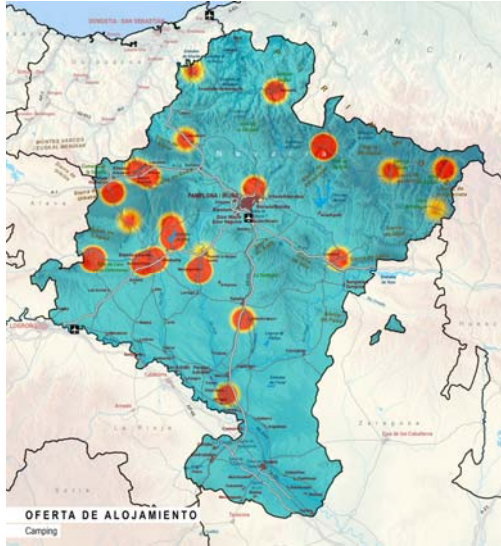
- hoteles 14.144
- campamentos 13.916
- turismo rural 5.628
- albergues 3.616

1.392.217 viajeros

- hoteles 995.248
- campamentos 162.242
- turismo rural 137.139
- albergues 25.572

2.951.251 pernoctaciones

- hoteles 1.837.903
- campamentos 495.185
- turismo rural 358.625
- albergues 59.864



➔ Gertuko merkatuetako bidaiariek igarotako gauak 2.320.000 (Espainia eta Frantzia Hegoaldea)

➔ Erkidego mugakideetako bidaiariek igarotako gauak 747.000 (Euskadi, Aragoi, Errioxa eta Frantzia hegoaldea).

➔ 2.320.000 pernoctaciones de viajeros de mercados de proximidad (España y Sur de Francia)

➔ 747.000 pernoctaciones de viajeros de comunidades limítrofes (País Vasco, Aragón, La Rioja y sur de Francia).



➔ Nafarroan nazioarteko turista baten batez besteko gastua, egunean: 107 €/perts./egun

➔ Batez besteko egonaldia 2,12 gau

➔ Nazioarteko turista europarraren batez besteko egonaldia 1,50 gau

➔ Aurrez aurreko bisitak Turismo Informazio Bulegoetan 457.980

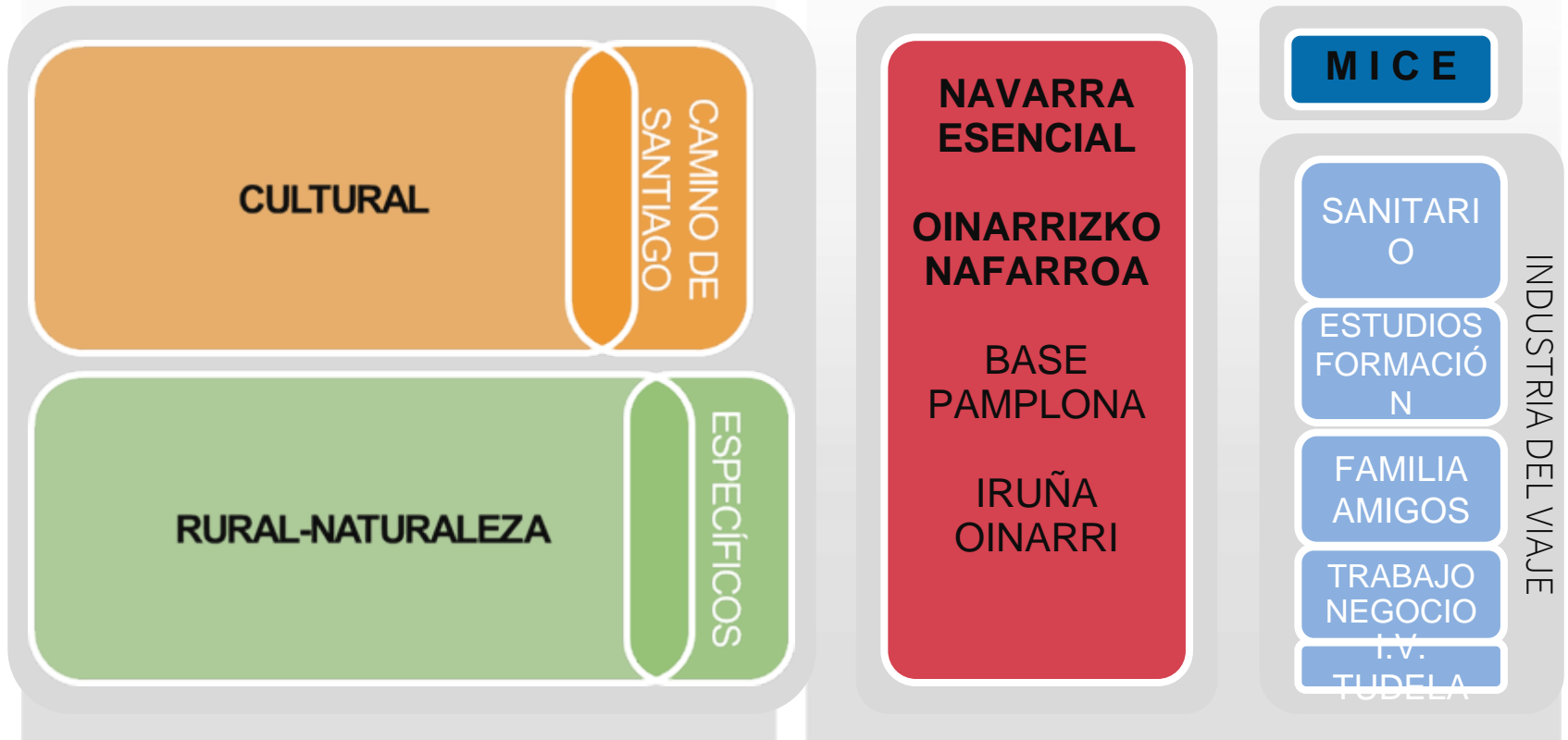
➔ Gasto medio diario turista internacional en Navarra: 107 €/pers./día

➔ Estancia media general 2,12 noches

➔ Estancia media turista internacional europeo 1,5 noches

➔ 457.980 visitas presenciales en Oficinas de Info Turística

SEGMENTACIÓN DE LA AFLUENCIA SARREREN SEGMENTAZIOA





Diagnostikoaren Gakoak Claves Diagnóstico

- Loturen gabezia
- Aniztasuna eta berezitasuna
- Baliabide turistiko batzuek erabilera turistikorako egokitzapena behar dute
- Enpresa-sarea profesionalizatzea beharra

- Déficit de conexiones
- Diversidad y singularidad
- Adecuación de unos recursos turísticos necesaria
- Profesionalización del tejido empresarial necesaria



- ➔ Elkarlan-esperientzia gutxi
- ➔ Bisitaria informatzeko zerbitzuek ahultasunak, irisgarritasunean eta banaketan
- ➔ Irudi-kapital, Sanferminetan eta Donejakue Bidean ardaztua
- ➔ Hurbiltasunekoa merkatu turistikoa gaur egun
- ➔ Aurrekontu-dotazioak ez dira nahikoak
- ➔ Falta de cooperación
- ➔ Debilidades en la accesibilidad y distribución de la información al visitante
- ➔ Capital de imagen, focalizado en Sanfermines y Camino de Santiago
- ➔ Mercado turístico actual de proximidad
- ➔ Dotaciones presupuestarias insuficientes

PLAN ESTRATÉGICO
DE TURISMO DE

NAVARRA

2 0 1 7 - 2 0 2 5

NAFARROAko

TURISMO
PLAN ESTRATEGIKOA



Egitura

➔ 5 helburu orokor
eta 24 espezifiko

=> lldo estrategikoak

➔ 6 programa eta 48 neurri

=> nazioartekotzerantzko
merkaturatze eta
produkzio-egituraren
orientazio berria

Estructura

➔ 5 objetivos generales y 24
específicos

=> orientaciones estratégicas

➔ 6 programas y 48 medidas

=> nueva orientación de
toda la estructura productiva
y de comercialización hacia
la internacionalización



Helburuak

- ➔ Nafarroaren posizioa finkatzea hurbiltasunezko merkatuetan
- ➔ Nafarroa-Iruña europar merkatu turistikoan posizionatzea urtaroen araberakoa ez den eskari-fluxua erakartzeko, helmugan eguneko batez besteko gastu handia egiten duena

Objetivos

- ➔ Consolidar la posición de Navarra en los mercados de proximidad
- ➔ Posicionar a Navarra-Pamplona en el mercado turístico europeo para captar flujos de demanda desestacionalizada, con un elevado gasto medio diario en destino.



➔ Lehiakortasun turistikoa segmentu eta produktuen bereiztean ardaztea, Nafarroa-Iruña helmuga-alorrean. Gainera, lurralde elementuetan (naturala eta kulturala) eta pertsonetan oinarritzea, iraunkortasun-eskakizun handiko testuinguruan.

➔ Centrar la competitividad turística en la diferenciación de segmentos y productos, en el marco del destino Navarra-Pamplona, y apoyados en elementos del patrimonio territorial y en las personas, en un contexto de alta exigencia en sostenibilidad.

→ Elkarlana bultzatzea enpresarien artean eta erakunde turistikoekin, ekintza bateratuaren eraginkortasuna eta produkzio-egituren egokitzapena indartzeko.

→ Impulsar la cooperación entre empresarios y con las entidades turísticas de manera que se potencie la eficacia de la acción conjunta y la adaptación de las estructuras productivas.



Espazio turistikoaren kudeaketaren lurralde-artikulazioa hobetzea; lurralde-erakundeen arteko lankidetzaz sustatuz, eta administrazioen arteko koordinazioa hobetuz.



Mejorar la articulación territorial de la gestión del espacio turístico impulsando la cooperación entre entidades territoriales y mejorando la coordinación interadministrativa.

	2016	2025	Var %
Pernoctaciones de viajeros de mercados de proximidad	2.320.000	2.670.000	+15%
Pernoctaciones de viajeros de comunidades limítrofes	747.000	850.000	+13%
Pernoctaciones de viajeros europeos	444.000	650.000	+46%
Incremento en el gasto medio diario	107€	128€	+20%
Incremento en reconocimiento de marca	N/A	+20%	+20%
Estancia media turista europeo internacional	1,5	2,5	+66%
Participación por receptivo-empaquetador en el mercado internacional	2%	15%	13%
Incremento de personas atendidas en oficinas de información y red de acogida	457.980	618.273	+35%



Optimizaziorako osagaiak

- ➔ Marka
- ➔ Helmugako erakargarritasunak
- ➔ Garapenarako palankak
- ➔ Segmentazioa

Elementos de Optimización

- ➔ Marca
- ➔ Atractivos del destino
- ➔ Palancas de desarrollo
- ➔ Segmentación

Marka

- ✓ Hurbiltasunezko merkatuetako marka NAFARROA
- ✓ Nazioarteko merkatuetako marka NAFARROA-IRUÑA

Marca

- ✓ Marca en mercados de proximidad NAVARRA
- ✓ Marca en mercados internacionales NAVARRA-PAMPLONA



Helmugako erakargarritasunak

- ✓ Aniztasuna
- ✓ Lotura-lurraldea
- ✓ Gizartekoitasuna
- ✓ Gastronomía-Lurraldea
- ✓ Ereduzkoa den iraunkortasuna

Atractivos del destino

- ✓ Diversidad
- ✓ Territorio de engarce
- ✓ Sociabilidad
- ✓ Gastronomía-Territorio
- ✓ Sostenibilidad ejemplar

Garapenarako palanka

- ✓ Prestakuntza eta enplegua
- ✓ Berrikuntza-Iraunkortasuna
- ✓ Sustapena-Merkaturatzea
- ✓ Sumatutako kalitatea
- ✓ Harbera eta Harrera-sarea

Palancas de desarrollo

- ✓ Formación y empleo
- ✓ Innovación-Sostenibilidad
- ✓ Promoción-Comercialización
- ✓ Calidad percibida
- ✓ Receptivo y Red de Acogida

Segmentazioa

Segmentación

IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DE LOS SEGMENTOS SEGÚN MERCADOS

	MERCADO PROXIMIDAD	MERCADO EUROPEO
SEGMENTOS BASICOS DEL TURISMO		
RURAL-NATURALEZA	ALTA	ALTA
CULTURAL	ALTA	MEDIA
REUNIONES Y EVENTOS	MEDIA	MEDIA
SEGMENTOS BASICOS INDUSTRIA DEL VIAJE		
SANITARIO	MEDIA	ALTA
FORMACIÓN ESPECIALIZADA	BAJA	MEDIA
NEGOCIOS Y TRABAJO	MEDIA	MEDIA
SEGMENTOS ESPECÍFICOS		
CAMINO DE SANTIAGO	ALTA	ALTA
SENDERISMO/CICLOTURISMO	ALTA	MEDIA
FAMILIAR/ESCOLAR	MEDIA	BAJA
GASTRONOMÍA DE BASE TERRITORIAL	ALTA	MEDIA
ESCAPADAS FIN DE SEMANA	MEDIA	BAJA



Kudeaketa eta Abiaraztea

- ➔ Turismoko eta Merkataritza Zuzendaritza Nagusia
- ➔ Turismo Enpresa Publikoa
- ➔ Espazio Turistikoaren Kudeaketa Unitateak (ETKU)

Gestión y Puesta en marcha

- ➔ Dirección General de Turismo y Comercio
- ➔ Empresa Pública de Turismo
- ➔ Unidades de Gestión del Espacio Turístico (UGET)



6 programak

- I. Espazio turistikoa egokitzea, eta harrera-gaitasuna sendotzea
- II. Lurralde-kapitalean oinarritutako, eta xede-merkatuei egokitutako produktu turistikoen sorrera
- III. Enpresa-sarea indartzea, eta turismo-kalitatea, -iraunkortasuna, eta -irisgarritasuna hobetzea
- IV. Komertzializazioa sustatzea eta sostengatzea
- V. Turismoaren gobernantza
- VI. Adimena eta berrikuntza turismoaren arloan

Los 6 programas

- I. Adecuación del espacio turístico y refuerzo de la capacidad de acogida
- II. Creación de productos turísticos apoyados en el capital territorial y adaptados a los mercados objetivos
- III. Fortalecimiento del tejido empresarial y mejora de la calidad, de la sostenibilidad y de la accesibilidad turística
- IV. Promoción y apoyo a la comercialización
- V. Gobernanza del turismo
- VI. Inteligencia e innovación en turismo



I. Espazio turistikoa
egokitzea, eta harrera-
gaitasuna sendotzea



7 Neurri

I. Adecuación del espacio
turístico y refuerzo de la
capacidad de acogida



7 Medidas



II. Nafarroako lurralde-
kapitalean oinarritutako,
eta xede-merkatuei
egokitutako produktu
turistikoen sorrera



6 Neurri

II. Creación de productos
turísticos apoyados en el
capital territorial de Navarra
y adaptados a los mercados



6 Medidas

III. Enpresa-sarea
indartzea, eta turismo-
kalitatea, -iraunkortasuna,
eta -irisgarritasuna
hobetzea



10 Neurri

III. Fortalecimiento del
tejido empresarial y mejora
de la calidad, de la
sostenibilidad y de la
accesibilidad turística



10 Medidas



IV. Komertzializazioa sustatzea eta sostengatzea

 9 Neurri

IV. Promoción y apoyo a la comercialización

 9 Medidas

V. Turismoaren gobernantza

 9 Neurri

V. Gobernanza del turismo

 9 Medidas



VI. Adimena eta berrikuntza turismoaren arloan



9 Neurri

VI. Inteligencia e innovación en turismo



9 Medidas



Gobernantza

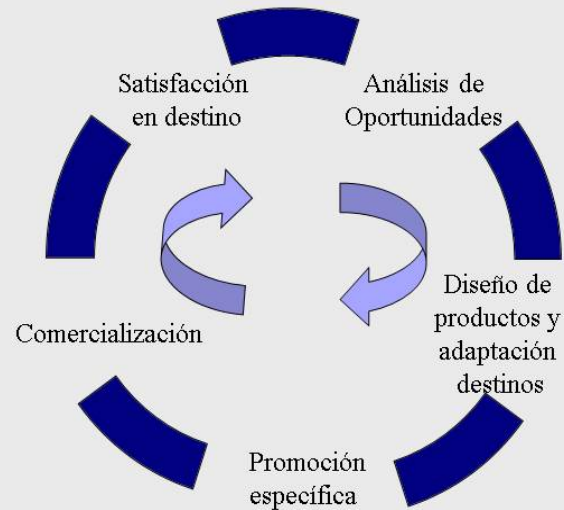
1. Jarduketan Hainbat Urtetarako Plana
2. Marketing eta Kalitate Plan Zuzentzaileak
3. Eskualdeko Planak
4. Europar proiektuak
5. Espazioen kudeaketa
6. Prozesukako kudeaketa
7. Informazio Turistikoaren Sistema

Gobernanza

1. Plan Plurianual de Actuaciones
2. Planes Directores de Marketing y de Calidad
3. Planes Comarcales
4. Proyectos europeos
5. Gestión de espacios
6. Gestión por procesos
7. Sistema de Información Turística

Prozesukako kudeaketa Gestión por procesos

Ejemplo: Proceso 1. Adaptación de Rural-Naturaleza a un mercado europeo



Ekarpenak

Aportaciones

Gobierno Abierto
Gobernu Irekia

27 abril – 31 de mayo

apirilaren 27tik-maiatzaren 31ra