

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,
INTERIOR Y JUSTICIA

RELACIONES CIUDADANAS E
INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO
AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

El turismo como motor de desarrollo territorial y de apertura internacional, eje del Plan Estratégico de Turismo 2018-2025

Integrado en el Estrategia de Especialización Inteligente, ha sido aprobado por el Gobierno de Navarra en su sesión de hoy

Miércoles, 14 de marzo de 2018

El Gobierno de Navarra ha adoptado en su sesión de hoy un acuerdo por el que se aprueba el [Plan Estratégico de Turismo 2018-2025](#), cuya finalidad es consolidar el turismo en la Comunidad Foral como motor de desarrollo territorial y de apertura internacional de la región de desarrollo, todo ello dentro de la Estrategia de Especialización Inteligente (S3).



El Plan Estratégico tiene como eje principal el turismo como motor de desarrollo territorial y de apertura internacional.

El Plan ha sido elaborado mediante una **metodología participativa** en el que han intervenido unidades de la Administración Foral, así como instituciones públicas representativas del sector turístico.

A través de estas herramientas han participado un total de 172 agentes públicos y privados (78 hombres y 94 mujeres) representantes de entidades locales, empresas públicas, asociaciones de turismo, agencias de desarrollo, y del propio Gobierno. Una vez terminada la elaboración y presentación del borrador se abrió un proceso de participación pública a través de Gobierno Abierto. Además, se programaron presentaciones territoriales en Pamplona, Lumbier, Bertiz, Estella/Lizarra y Tudela, a las que se invitó expresamente tanto a entidades locales como a agentes de desarrollo, asociaciones de turismo, empresas del sector, así como a cualquier persona interesada. En esta fase participaron otras 92 personas (44 mujeres y 48 hombres).

Dentro de este proceso, bien a través de Gobierno Abierto, bien mediante correo electrónico, se han recibido 33 comentarios y aportaciones de 23 entidades diferentes, aceptando e incorporando 7 de ellas y, parcialmente, otras 3. El informe de participación en fase de presentaciones, junto con las respuestas a las aportaciones realizadas, se ha publicado en [Gobierno Abierto](#).

Cinco objetivos básicos

El plan recoge cinco objetivos básicos. El primero es **consolidar la posición de Navarra en los mercados de proximidad** (España y sur de Francia). Concretamente, se busca mejorar los resultados en los segmentos en los que los destinos navarros están afianzados, así como tratar de ocupar posiciones predominantes en nuevos nichos, como los viajes de entre cuatro y siete días de duración en las principales áreas urbanas de estos mercados de proximidad.

La finalidad es alcanzar en 2025 la cifra de 3.520.000 pernoctaciones de viajeros de proximidad, de las que la previsión es que 2.670.000 las realicen personas viajeras procedentes de España y del sur de Francia, y 850.000 personas procedentes de las comunidades limítrofes (País Vasco, Aragón la Rioja y sur de Francia).

El segundo de los objetivos es **mejorar el posicionamiento de Navarra-Pamplona en el mercado europeo**, para reducir la estacionalidad y captar turistas con un elevado gasto medio diario. Además de las 650.000 pernoctaciones de personas viajeras europeas que se pretenden para 2025, el Gobierno de Navarra pretende que se incrementen tanto el gasto medio diario de los turistas internacionales un 20%, como su estancia media en la Comunidad Foral.

El tercer objetivo es **aumentar la competitividad a través de diferenciar segmentos y productos dentro de los destinos Navarra-Pamplona**, con el apoyo del patrimonio territorial (naturaleza y cultura) y en las personas. En concreto, se espera mejorar el reconocimiento de marca un 20% para 2025. Asimismo, se contempla duplicar la estancia media de las personas turistas de origen internacional europeo.

El cuarto objetivo del Plan es **impulsar la cooperación entre los agentes turísticos locales**, tanto empresas como entidades turísticas, para potenciar acciones conjuntas y adaptar las estructuras productivas.

Por último, el Plan determina la importancia de mejorar la gestión del espacio turístico, impulsando la cooperación entre las entidades territoriales y mejorando la coordinación interadministrativa. Para ello, aboga por el desarrollo de entidades público-privadas que gestionen seis espacios turísticos de Navarra, con funciones concretas en materia de mejora de recursos, señalización, formación, información y orientación, entre otras. Con esta medida se pretende incrementar en un 35% el número de personas atendidas en oficinas de información y red de acogida en 2025, hasta alcanzar las algo más de 600.000 personas atendidas.

Programa de actuaciones

Los cinco objetivos básicos se desarrollan en 24 orientaciones estratégicas (tres para el primero, tres para el segundo, cuatro para el tercero, seis para el cuarto y ocho para en quinto), que contienen los criterios mediante los cuales se pretende lograr el cambio planteado en el sistema turístico de Navarra. Para desarrollar las orientaciones estratégicas, el plan se estructura en seis programas, que contiene en conjunto 48 medidas.

El primero de los programas contiene siete medidas que tiene como objetivo principal mejorar el espacio donde se localizan los elementos relacionados con la actividad turística (recursos turísticos, infraestructuras, alojamientos, actividades, etc.) y el refuerzo de la capacidad de acogida.

El segundo de los programas se centra en la creación de productos turísticos apoyados en el capital territorial de Navarra y adaptados a los mercados objetivos. Para ello, desarrolla seis medidas, orientadas a hacer de la visita a Navarra una experiencia diferente a la de otros destinos competidores, gracias a la cultura, el patrimonio, la naturaleza.

El tercer programa, dedicado al fortalecimiento del tejido empresarial y la mejora de la calidad, de la sostenibilidad y de la accesibilidad turística, contiene un total de diez medidas que buscan mejorar las capacidades productivas del turismo de Navarra. Para ello, se considera oportuno actuar sobre la formación de los agentes turísticos, apoyando a la consolidación de las pequeñas empresas turísticas y mejorando los sistemas de gestión de la calidad.

El cuarto programa busca la promoción y la comercialización orientada al mercado a través de nueve medidas, que parten de dos ideas: dar prioridad a mercados y segmentos objetivo identificados, y aumentar los esfuerzos promocionales en las temporadas media y baja, y especialmente en el ámbito online.

El quinto programa contiene nueve medidas que tiene como fin la mejora de la gobernanza del turismo, tanto en relación a sus estructuras de gestión como a la regulación normativa del sector.

El sexto y último de los programas proponen un conjunto de ocho medidas dirigidas a introducir avances tecnológicos que permitan manejar grandes flujos de información (Big Data) para mejorar los sistemas de inteligencia del sector. Asimismo, el programa incluye acciones destinadas a fomentar la innovación territorial y social en turismo.

Presupuesto

Aunque el Plan tiene como horizonte 2025, el presupuesto cuenta con una proyección a tres años (2018, 2019 y 2020), que se adaptará a las cantidades que se aprueben definitivamente por Ley Foral de Presupuesto para cada ejercicio. En concreto, entre 2018 y 2020 se han presupuestado un total de 17,2 millones de euros (a razón de 5,7 millones de euros cada uno de los tres años).

Por programas, el primero, dedicado a la adecuación del espacio turístico y refuerzo de la capacidad de acogida, tiene un presupuesto de 3,1 millones de euros; el segundo, centrado en la creación de productos turísticos apoyados en el capital territorial de Navarra y adaptados a los mercados objetivos, contará con 2,4 millones de euros; y el tercero, destinado a fortalecimiento del tejido empresarial y mejora de la calidad, de la sostenibilidad y de la accesibilidad turística, dispondrá de 2,9 millones de euros.

Los otros tres programas restantes contarán con: programa 4 (promoción y apoyo a la comercialización) con 4,5 millones de euros; programa 5 (gobernanza) tendrá 1,6 millones de euros; y programa 6 (inteligencia e innovación) dispondrá de 2,4 millones de euros.