



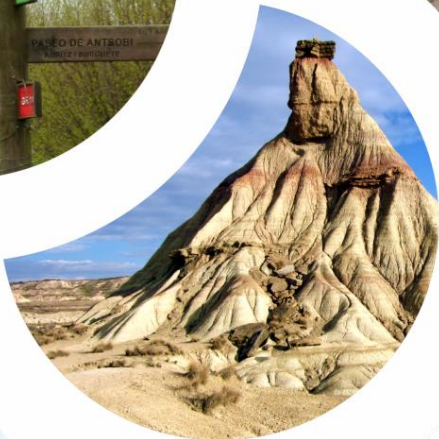
PLAN ESTRATÉGICO  
DE TURISMO DE

**NAVARRA**

2 0 1 7 - 2 0 2 5

**NAFARROA**ko

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
<b>PRIORIDADES TEMÁTICAS S3</b>					
<b>ÁREAS ECONÓMICAS ESTRATÉGICAS (Empresas + Tecnología + Demanda)</b>					
Automovil y Mecatrónica					
Cadena Alimentaria					
Energías Renovables y Recursos					
Salud					
<b>Turismo Integral</b>					
Industrias Creativas y Digitales					

Fuente: Estrategia S3 de Navarra - Sodena



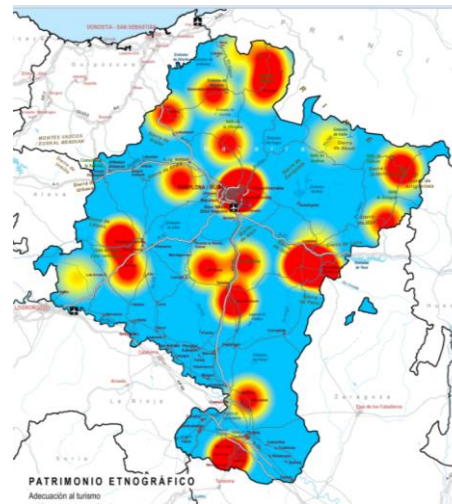
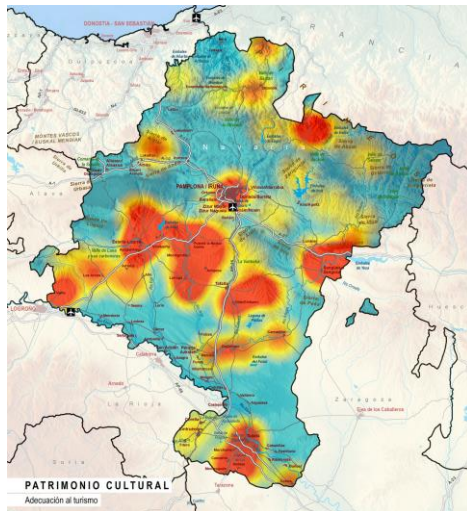
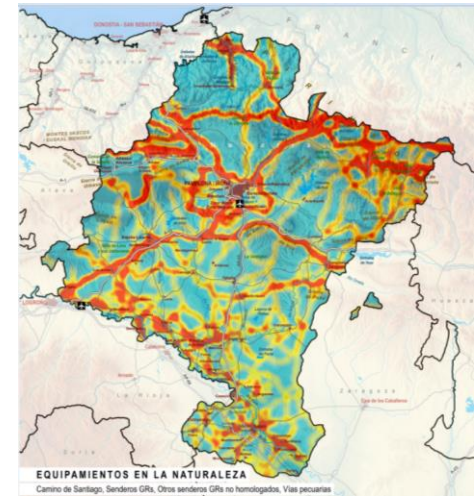
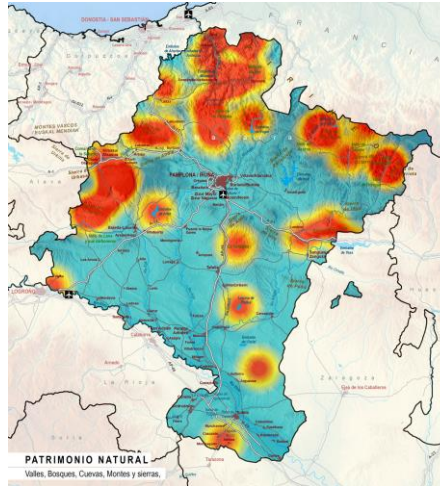
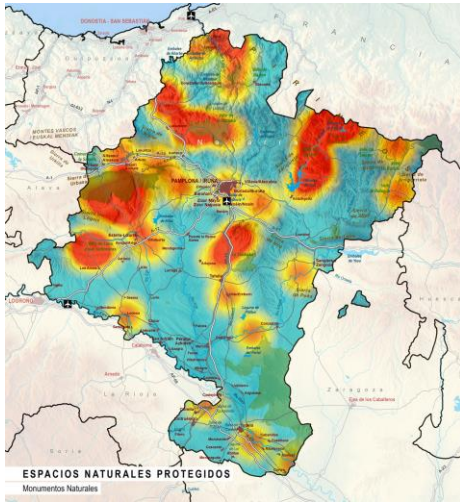
# Diagnostikoa Diagnóstico



# 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

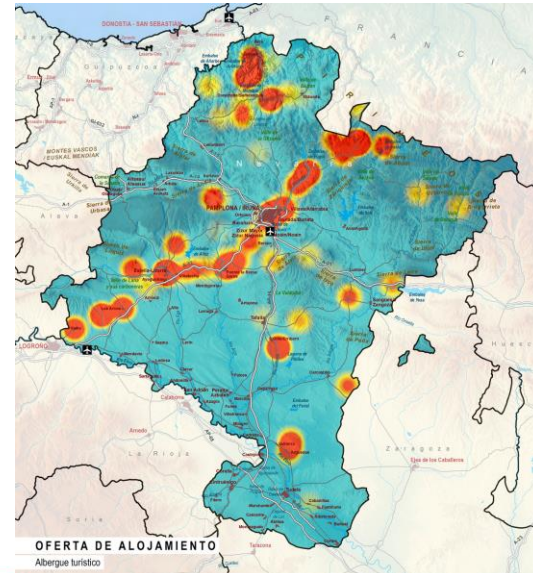
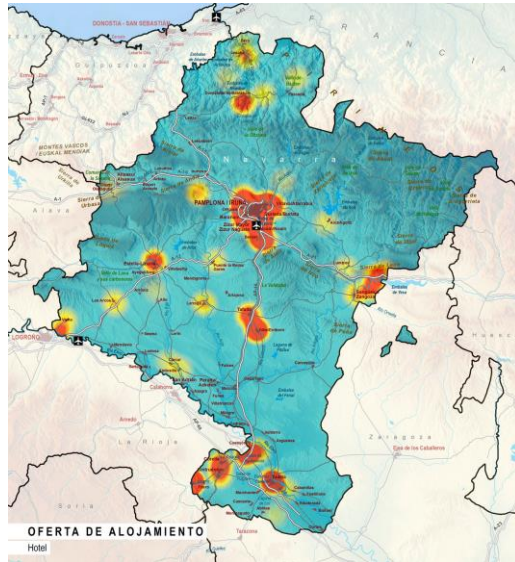
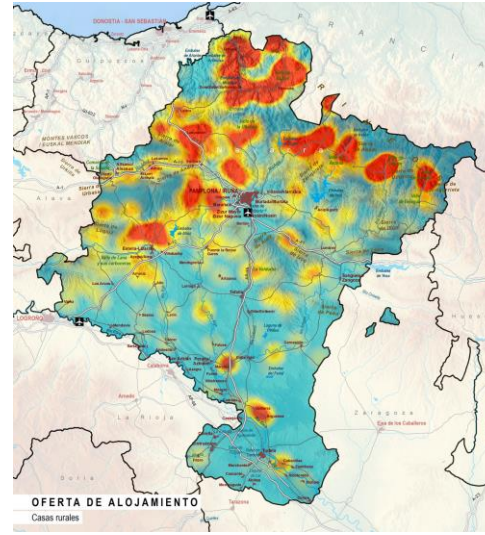
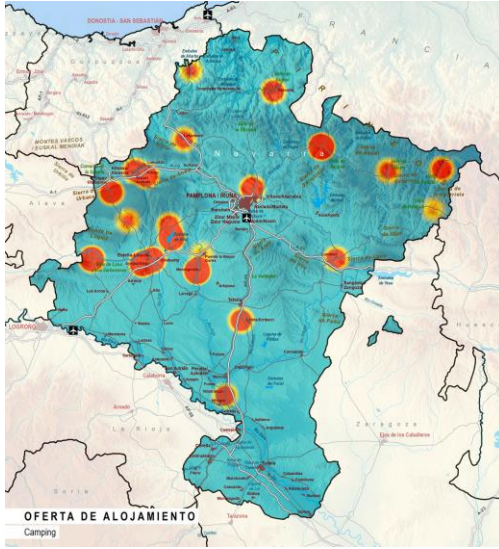
1.392.217 viajeros

- 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

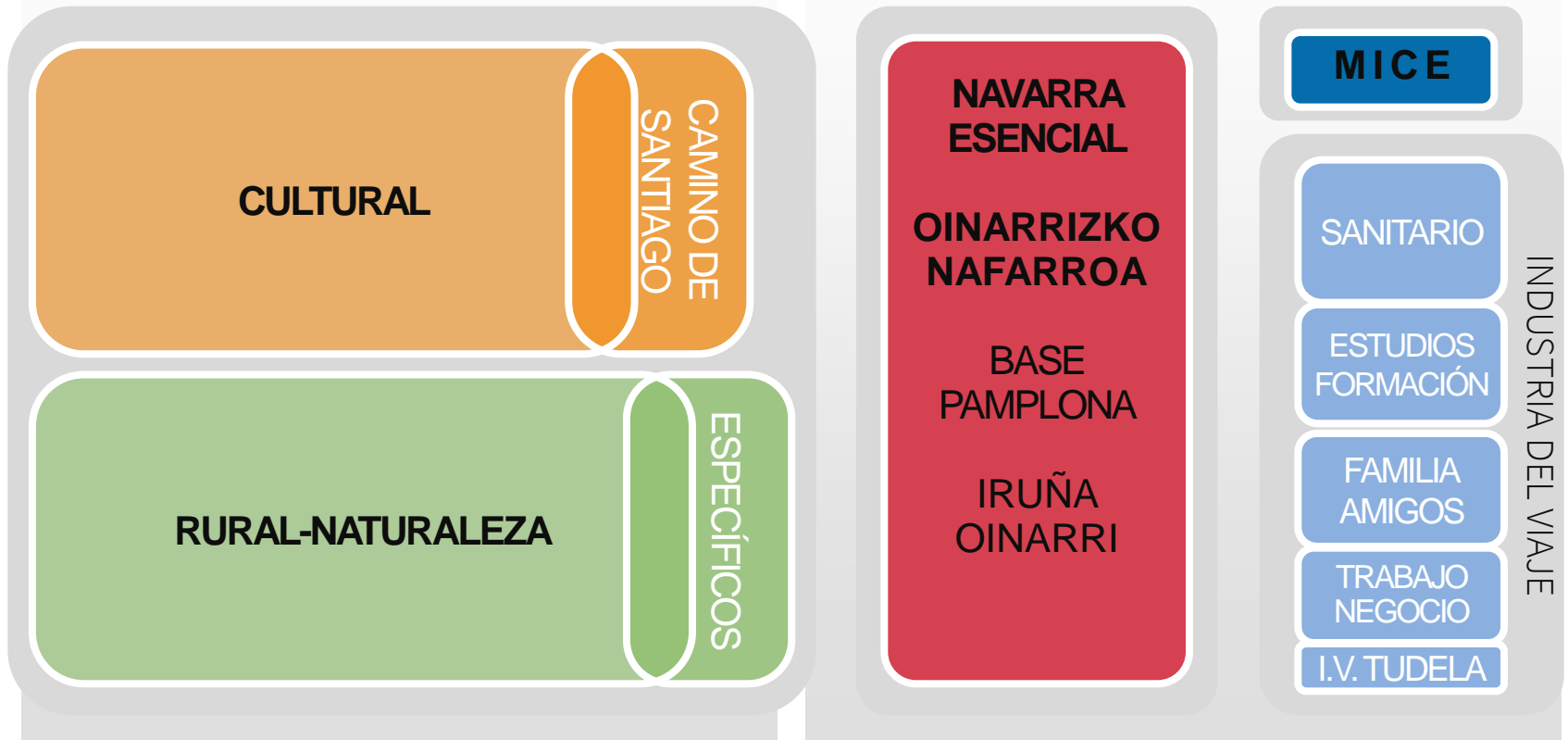
➔ Estancia media turista internacional europeo 1,5 noches

➔ 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



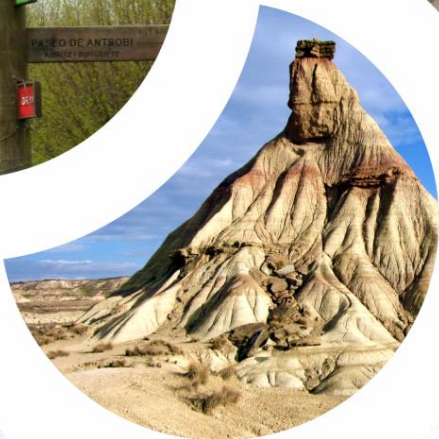
PLAN ESTRATÉGICO  
DE TURISMO DE

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
<b>SEGMENTOS BASICOS DEL TURISMO</b>		
RURAL-NATURALEZA	ALTA	ALTA
CULTURAL	ALTA	MEDIA
REUNIONES Y EVENTOS	MEDIA	MEDIA
<b>SEGMENTOS BASICOS INDUSTRIA DEL VIAJE</b>		
SANITARIO	MEDIA	ALTA
FORMACIÓN ESPECIALIZADA	BAJA	MEDIA
NEGOCIOS Y TRABAJO	MEDIA	MEDIA
<b>SEGMENTOS ESPECÍFICOS</b>		
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

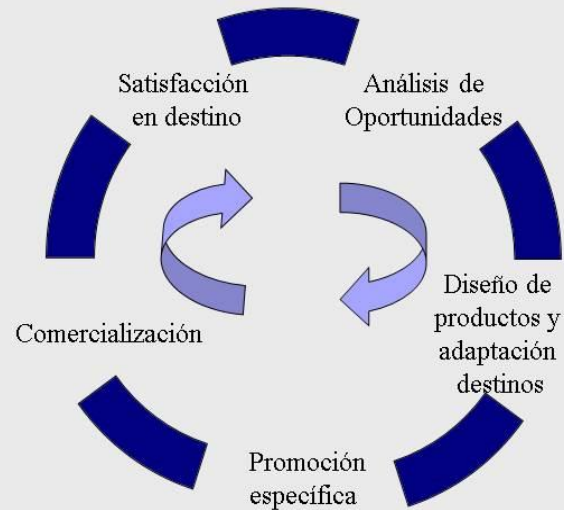
1. Jarduketan Hainbat Urtetarako Plana
2. Marketing eta Kalitate Plan Zuzentzaileak
3. Eskualdeko Planak
4. Europar proiektuak
5. Espazioen kudeaketa
6. Prozesukako kudeaketa
7. Informazio Turistikoaren Sistema

# 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