

DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO, COMERCIO Y CONSUMO

PLAN ANUAL DE TURISMO

2018

24 DE ABRIL DE 2018



PLAN ANUAL DE TURISMO

A.- OBJETIVOS DE LA PLANIFICACIÓN

El objetivo en la elaboración del presente documento es el de convertir el Plan Estratégico de Turismo 2018-2025 (en adelante PET) en algo tangible y operativo a fin de que se convierta en una herramienta de trabajo encaminada a:

- Conseguir que las distintas direcciones trabajen conjuntamente.
- Unifique la manera de entender el PET.
- Podamos compartirlo y ponerlo en marcha

B.- CONTEXTUALIZACIÓN DEL PLAN ANUAL DENTRO DEL PLAN ESTRATÉGICO

El Plan Estratégico de Turismo 2018-2025 se construye con una metodología que propicia la integración y coordinación entre planificación y gestión turística. La articulación entre el nivel estratégico de la planificación y el nivel programático se plantea mediante la elaboración de Planes de Acción Plurianuales de carácter deslizando y con una revisión anual.

C.- ACERCA DEL CONTENIDO DEL DOCUMENTO

El presente documento recoge el Plan de Acción Plurianual en lo referente a las actuaciones planteadas para 2018 y las correspondientes al plan director de marketing también referido al mismo periodo.

Este documento, todavía incompleto en el momento de redacción del pliego técnico de licitación de la contratación de la asistencia técnica para el asesoramiento y apoyo técnico en el proceso de implantación del "plan estratégico de turismo (PET)", deberá seguir desarrollándose e integrarse en el Plan Plurianual.

D.- ACERCA DE LA ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO

El documento separa las medidas incorporadas al Plan Director de Marketing que comprenderían todas las medidas del programa 4 y algunas medidas del programa 1 y del programa 3, y las que corresponden al Plan de Acción Plurianual.

En el plan de trabajo se establecen, igualmente, prioridades, el ámbito o área de actuación y las actuaciones concretas a ir desarrollando.

Tiene en consideración el conjunto del personal de la Dirección General de Turismo y Comercio (en adelante DGTyC) a fin de repartir responsabilidades y tareas.

Se señala, en cualquier caso, que no todas las funciones que realiza la DGTyC están contempladas en el Plan Estratégico de Turismo y, por tanto, en este documento.

E.- ACERCA DE LA ESTRUCTURA, Y RESPONSABILIDADES DEL PLAN ANUAL 2018

El Plan de Acción 2018 contempla el trabajo en equipos liderados por una persona responsable de la medida y otra del programa. En mayor o menor medida se plantea la participación de todo el equipo. En el siguiente enlace se muestra la estructura actual de la DGTyC. (<http://www.turismo.navarra.es/esp/profesionales/directorio-sector-turistico/directorio-administracion/DepartamentoDesarrolloEconomico.htm>)

F.- ACERCA DEL CONTENIDO DEL PLAN ANUAL

Medidas para 2018

Se detallan las medidas cuya implementación estaría prevista para 2018, ya sea en un primer momento (prioridad 1) o con posterioridad (prioridad 2)

2018		Prioridad
PR1: ADECUACIÓN ESPACIO TURÍSTICO Y REFUERZO CAPACIDAD ACOGIDA.		
1.01	Elaboración planes comarcales adecuación y mejora espacios turísticos	1
1.03	Mejora de la señalización turística de orientación....	1
1.04	Optimización de la red de oficinas de información turística...	1
1.05	Red de acogida al visitante	1
1.06	Generación confianza y conocimiento entre... diferentes Territorios	1
PR2: CREACIÓN PRODUCTOS TURÍSTICOS APOYADOS EN TERRITORIO Y ADAPTADOS A MERCADOS OBJETIVO.		
2.02	Desarrollo de productos turísticos vinculados a la industria del viaje...	2
2.03	Desarrollo productos turísticos avanzados en torno al camino de Santiago y otras rutas...	2
2.04	Desarrollo productos turísticos gastronómicos y enológicos en un marco que integre a otros territorios limítrofes ...	2
2.05	Creación productos turísticos en segmentos específicos motivacionales basados en recorridos por vías no motorizadas...	2
PR3: FORTALECER TEJIDO EMPRESARIAL Y MEJORA CALIDAD, SOSTENIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD.		
3.01	Formación y cualificación de trabajadores, empresarios y técnicos de turismo....	1
3.02	Impulso de la formación adaptativa y refuerzo de la internacionalización	1
3.03	Potenciación de las funciones de receptivo-empaquetador	2
3.04	Apoyar el desarrollo del comercio tradicional y la artesanía territorial	2

2018		Prioridad
3.05	Apoyo a la internacionalización de la empresa turística Navarra	1
3.08	Navarra espacio turístico accesible	2
PR4: PROMOCIÓN Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN.		
4.01	Desarrollar la imagen de marca de Navarra-Pamplona	1
4.02	Redacción del plan de marketing turístico de Navarra.	1
4.03	Promoción y marketing en los nuevos nichos en mercados de proximidad	1
4.04	Promoción y marketing viajes city-break o finde Pamplona y Tudela.	1
4.05	Promoción y marketing en segmentos básicos...	1
4.06	Promoción y marketing en segmentos básicos de la industria del viaje...	1
4.07	Coordinación y promoción del calendario de eventos e impulsar la promoción conjunta...	1
4.08	Mejorar los sistemas de promoción online y su posicionamiento...	1
4.09	Modernización de las plataformas de promoción y comercialización web...	1
PR5: GOBERNANZA DEL TURISMO		
5.01	Adaptar normativa turística a las nuevas realidades y necesidades del turismo...	1
5.02	Coordinar normativa promovida por otras entidades con incidencia en la actividad turística	1
5.03	Cooperación y coordinación con otros dptos. Gobierno foral de navarra...	1
5.04	Análisis del modelo de gestión óptimo para llevar a cabo la ejecución del plan.	1
5.06	Dotación de recursos a la oficina técnica del plan	2
5.05	Racionalización de las estructuras de gestión turística en los territorios mediante la creación de las unidades de gestión del espacio turístico (UGET).	1
PR6: INTELIGENCIA E INNOVACIÓN EN TURISMO.		
6.01	Elaboración de la cuenta satélite del turismo de Navarra	1
6.03	Creación del observatorio turístico de navarra...	1

Medidas para 2019

2019	
PR1: ADECUACIÓN ESPACIO TURÍSTICO Y REFUERZO CAPACIDAD ACOGIDA.	
1.02	Apoyo a las entidades gestoras de recursos (naturales, culturales, etc.) para su adecuación a la visita turística.
PR2: CREACIÓN PRODUCTOS TURÍSTICOS APOYADOS EN TERRITORIO Y ADAPTADOS A MERCADOS OBJETIVO.	

2.01	Mejorar la calidad de la experiencia turística en los segmentos básicos del turismo con la incorporación de elementos de la identidad territorial
2.06	Apoyo a la generación de actividades y eventos vinculados al territorio y especialmente los relacionados con el primer sector y con la sociabilidad rural
PR3: FORTALECER TEJIDO EMPRESARIAL Y MEJORA CALIDAD, SOSTENIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD.	
3.06	Elaboración del plan director de calidad turística de Navarra
3.07	Reforzamiento de la calidad en base a manuales de productos y sistemas de calidad percibida
3.09	Apoyar la implantación de medidas de sostenibilidad ejemplar en el sistema turístico de Navarra
PR4: PROMOCIÓN Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN.	
PR5: GOBERNANZA DEL TURISMO:	
5.07	Creación y apoyo a clubes de productos
5.08	Apoyo a la creación y consolidación de entidades gestoras de Segmentos turísticos
5.09	Sensibilización al resto de agentes económicos y a la población sobre la importancia del turismo para el territorio.
PR6: INTELIGENCIA E INNOVACIÓN EN TURISMO.	
6.02	Desarrollar mecanismos de captación, integración y análisis de información (big data y business intelligence)
6.04	Potenciar la renovación tecnológica del sector para mejorar los vínculos con el mercado.
6.05	Mejora del sistema de información turística de Navarra (SITURNA) y desarrollo del sistema de medición de la sostenibilidad ejemplar.
6.06	Desarrollo de elementos de innovación emocional.
6.07	Impulsar la investigación sobre nuevas formas de revitalizar el medio rural con el turismo y otras actividades de base territorial, aplicando modelos de gestión y participación social Innovadores.
6.08	Acción semilla de paisaje

1. PLAN ANUAL 2018

Medida por medida

PROGRAMA1
ADECUACIÓN ESPACIO TURÍSTICO Y REFUERZO CAPACIDAD ACOGIDA.

1.01 ELABORACIÓN DE LOS PLANES COMARCALES DE ADECUACIÓN Y MEJORA DE ESPACIOS TURÍSTICOS

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO / AREA	ACTUACIÓN
1.01	1	<p>1.01.1 Inventario de todos los recursos turísticos, eventos, etc. en Navarra para aplicar sobre los criterios de consideración como elemento de Interés Turístico Foral (ITF)</p>	<p>Establecer los campos y marco donde se volcará la información, así como el soporte tecnológico donde volcarlo y la demarcación que se va a aplicar (asociado a 5.05). Y recopilación información interna de Dirección Gral. Turismo (no todo gobierno)</p> <p>Contraste con fuentes externas (también fuentes de Gobierno)</p> <p>Definir el proceso de actualización y mejora del inventario</p> <p>Analizar y prever necesidad de apoyo tecnológico para integración en Info-reyno y web de cara a presupuesto</p> <p>Reflexión interna de los criterios de ITF dentro de la Dr. Gral.</p> <p>Compartir propuesta de criterios con departamentos de Gobierno.</p>
		<p>1.01.2 ITF: Creación, definición y aplicación y toma de decisión de los criterios que establecen los elementos de ITF y que serán apoyados desde la dirección general.</p>	<p>Decidir y valorar el proceso interno para su cierre y consenso de los criterios de aplicación para ITF y su puesta en marcha</p> <p>Seleccionar con las zonas (tal cual están actualmente definidas o en línea con las de desarrollo rural) los 3 elementos ITF de cada zona.</p>
		<p>1.01.3 Gestión del cambio y de la comunicación del nuevo modelo de valoración del interés general de las actividades para su apoyo por parte de la dirección general a partir de 2019</p>	<p>1.- Definir el plan de gestión del cambio y comunicación</p> <p>2.- puesta en marcha del plan de gestión del cambio y comunicación</p>

1.03 MEJORA DE LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA DE ORIENTACIÓN, IDENTIFICACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICOS.

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
1.03	1	<p>1.03.1 Diagnóstico</p>	<p>Estudio y diagnóstico sobre la situación y de las necesidades e intervención sobre las mismas, orientando el diagnóstico a la innovación en señalización y propuestas en señalización online y virtual, así como sostenibilidad.</p> <p>Validación del diagnóstico con Obras públicas, Patrimonio, Medio ambiente, ordenación del territorio, etc.</p>
		<p>1.03.2 Manual de señalización turística</p>	<p>Establecer el trabajo de elaboración del Manual con Obras Públicas, Medio ambiente, Euskarabidea, Patrimonio y cuantos departamentos se consideren.</p> <p>En base al diagnóstico, y necesidades de señalización, elaborar el manual en ese trabajo coordinado.</p>
		<p>1.03.3 Preparación 2019</p>	<p>Valorar el desarrollo de esta medida y establecer posibles acciones e impacto presupuestario para 2019-20</p>

1.04 OPTIMIZACIÓN DE LA RED DE OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE NAVARRA

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
1.04 ambos planes	1	1.04.1 Definición del modelo de OIT transitorio	Definición del modelo y objetivos de las OIT's transitorio Elaboración y publicación de pliegos prorrogable por cada OIT en aquellas que va por licitación, no por convenio Tramitación y gestión de las licitaciones Incorporar el informe y modelo de OIT transitorio al estudio para la definición del modelo definitivo a 2019 en adelante
		1.04.2 Definición del modelo definitivo a 2020 en adelante (el estudio incluye el requerido en 1.05 de Red de acogidas)	Definir los contenidos exigidos al estudio tanto de OIT (estructura, gestión, relaciones, coordinación, servicios, gobernanza, etc.) como Red de acogidas, y la fórmula administrativa de asistencia al estudio correspondiente Poner en marcha la fórmula administrativa correspondiente. Recepción del informe Análisis del informe para cerrar internamente el modelo definitivo de OIT y de Red de acogida a 2019 en adelante.
		1.04.3 Gestión del cambio y de la comunicación	1.- Definir el plan de gestión del cambio y comunicación 2.- puesta en marcha del plan de gestión del cambio y comunicación

1.05 CREACIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE ACOGIDA AL VISITANTE

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
1.05	1	1.05.1 Benchmarking interno	Establecer los elementos que vamos a incluir en el benchmarking y coordinación de reuniones y metodología de recopilación de la información. Realización de las reuniones con las con las líneas 012 y 112 para conocer servicios, funcionamiento y decidir qué elementos nos puede servir. Elaboración de informe y conclusiones a sumar a la información procedente del estudio del modelo definitivo a 2020
		1.05.2 Definición del modelo definitivo a 2020 en adelante (el estudio incluye el requerido en 1.04 de las OITs)	Definir los contenidos exigidos al estudio tanto de OIT (estructura, gestión, relaciones, coordinación, servicios, gobernanza, etc.) como Red de acogidas, y la fórmula administrativa de asistencia al estudio correspondiente Poner en marcha la fórmula administrativa correspondiente. Recepción del informe Análisis del informe para cerrar internamente el modelo definitivo de OIT y de Red de acogida a 2019 en adelante.
		1.05.3 Gestión del cambio y de la comunicación	1.- Definir el plan de gestión del cambio y comunicación 2.- puesta en marcha del plan de gestión del cambio y comunicación
		1.05.4 Proyecto piloto	Establecer un proyecto piloto, con formato de proyecto, en un producto o target específico (ej: camino de Santiago, Alemania con Foro Europeo, etc.

1.06 FORTALECER LAS HERRAMIENTAS DE GENERACIÓN DE CONFIANZA Y CONOCIMIENTO ENTRE LOS AGENTES TURÍSTICOS DE LOS DIFERENTES TERRITORIOS

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
1.06	1	1.06.1 Mejora de eficiencia en la coordinación e interacción con los agentes turísticos	Identificar todas las actividades que tenemos con los agentes turísticos. Valorar la manera de ser más efectivos en esa realidad de interacción y proponer mejoras. Incorporar esta información dentro del trabajo de definir la metodología y plan de trabajo para recopilar información de los agentes turísticos
		1.06.2 Desarrollar un plan de cohesión territorial y entre territorios desde la opinión de los propios agentes turísticos y decidir (y en su caso llevar adelante) el EVENTO para el objetivo 1.06 y otros objetivos	Definir la metodología y plan de trabajo para recopilar información de los agentes turísticos en relación al objetivo de mejora de la cohesión. Decisión de si hacemos el EVENTO Poner en marcha el plan Analizamos las propuestas que incorporamos al plan de cohesión territorial y entre territorios Compartir con los agentes turísticos el plan y cerrarlo Plan Comunicación y puesta en marcha para iniciarlo en 2019 (posible unión con el evento, como pistoletazo de salida)
		1.06.3 Evento de Cohesión	Valorar la idoneidad de realizar un evento en 2018 para la cohesión territorial y otros objetivos que se consideren En caso de aprobación del evento, ponerlo en marcha y reflejar en este plan los pasos clave a dar.

PROGRAMA3

FORTALECER TEJIDO EMPRESARIAL Y MEJORA CALIDAD, SOSTENIBILIDAD Y ACCESIBILIDAD.

3.01 FORMACIÓN Y CUALIFICACIÓN TRABAJADORES, EMPRESARIOS Y TÉCNICOS DE TURISMO, ATENDIENDO A LAS ESPECIFICIDADES DE ZONAS RURALES. Y 3.02 IMPULSO DE LA FORMACIÓN ADAPTATIVA Y AL REFUERZO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN.

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
3.01 (integra la 3.02)	1	3.01.1 Establecer modelo de Misión, estructura, criterios, funcionamiento y gobernanza de la formación y aprendizaje de la constelación turística (incluida la Dr. Gral en esa definición)	Sentar las bases: Reflexión y definición del rol y responsabilidades de la dirección general en la formación, aprendizaje y acompañamiento de la constelación turística. Coordinar con las diferentes entidades públicas y privadas que gestionan la formación en la administración pública y para la constelación turística para poder definir un modelo adecuado y elaborar el mapa de agentes involucrados en la formación. Una vez conocido el mapa, cerrar el modelo para arrancar a 2019 Dar respuesta a las implicaciones y necesidades presupuestarias, técnicas, legales, etc. para poner en marcha este nuevo modelo en 2019
		3.01.2 Diagnóstico de las necesidades de formación y aprendizaje y definición del plan plurianual de formación y aprendizaje de la	Elaborar contenido del pliego de la licitación Lanzar la licitación Elaboración diagnóstico

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
		constelación turística (incluida la Dr. gral. en esa definición). Incluir anexo específico concretando el diagnóstico de la formación adaptativa y el refuerzo de la internacionalización (medida 3.02).	
		3.01.3 Diseño y desarrollo del plan 2018 de formación orientado a las necesidades y prioridades urgentes de la constelación turística en relación a la internacionalización del punto 3.02 o famtrips, etc., así como las formaciones trimestrales para el sector impartidas por el personal interno de la dirección general	Definición de no más de dos acciones clave
			Comunicación y puesta en marcha
			Valoración y conclusiones
		3.01.4 Diseño y desarrollo del plan de formación 2018 de la plantilla de la Dirección Gral. En dos grandes grupos de necesidades: administrativas y de otras competencias y conocimientos para la profesionalización en línea con el PET	Establecimiento de prioridades formativas y definición de los formadores (INAP o externos).
			Ejecución de 1 o 2 acciones formativas
			Reflexión sobre qué acciones desarrollar para fomentar una formación adaptativa al mercado internacional
		3.01.5 (Acción relativa a la medida 3.02) Plan de acción para el refuerzo de la internacionalización.	Definición de agentes a los que dirigir la formación (establecimientos hoteleros, cámara de comercio, escuelas de formación... etc.)
			Definición de las medidas de la formación adaptativa a realizar
			Ejecución de las acciones definidas

3.05 APOYO INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA NAVARRA (VINCULADO A SODENA Y CLÚSTER JUNTO CON LAS MEDIDAS 2.02 Y 4.08)

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
3.05	1	3.05.1 Posicionar Dr. Turismo en la S3 y valorar la mejor manera para cumplir el objetivo de esta medida	Establecer con Desarrollo económico nuestra posición e ideas acerca de la mejor manera de cumplir con el objetivo de esta medida
			Definir junto con Sodena y la S3 los criterios para poder definir la línea a seguir
			Sondear y generar mesas de trabajo con las asociaciones y empresas turísticas para compartir con ellos y recoger ideas y opiniones acerca de la mejor manera de actuar sobre este objetivo
			Definir el plan de desarrollo del clúster o de la medida que finalmente se haya decidido

PROGRAMA 4

PROMOCIÓN Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

4.01 DESARROLLAR LA IMAGEN DE MARCA DE NAVARRA-PAMPLONA

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	área / ámbito	ACTUACIÓN
4.01	1	4.01.1 Decisión sobre idoneidad del binomio Navarra-Pamplona para Navarra en su conjunto	<p>Asegurar que en el estudio a convocar por Proyección internacional incluye la idea de estudio Navarra-Pamplona y otras sugerencias alienadas con el plan estratégico de Turismo</p> <p>Constituir el equipo adecuado para influir positivamente en el informe a desarrollar proyección internacional y abordar esta decisión, así como el alcance, objetivos y forma de trabajo del mismo, así como la información adicional requerida</p> <p>Contar con la información del estudio que proyección internacional va a convocar sobre imagen de Navarra</p> <p>Establecer y llevar a cabo un plan conjunto del equipo para el análisis de la situación y elaboración informe para toma de decisiones</p> <p>Actuaciones para la toma decisión acerca de la idoneidad del binomio Navarra-Pamplona, incluyendo contraste con otras fuentes.</p>
		4.01.2 Puesta en marcha de la decisión	<p>Definir Plan de comunicación acerca de la decisión y puesta en marcha</p> <p>Plan de comunicación imagen y puesta en marcha</p>

4.02 REDACCIÓN DEL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE NAVARRA (COORDINACIÓN GENERAL CON MEDIDA 5.04)

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
4.02	1	4.02.1 Recogida del desarrollo de actuaciones del PMKT	<p>Finalizar la redacción de las actuaciones del PMKT y elaboración de informe.</p> <p>Integrar en un único informe del plan estratégico</p>
		4.02.2 Completar informe	<p>Indicadores. Sesiones de trabajo de definición y clarificación de los indicadores a definir, medir y valorar</p> <p>Presupuesto. Generar la codificación requerida básica. Asignar las partidas a las diferentes medidas.</p>
		4.02.3 Integración, divulgación con PE y recogida sugerencias para 2019	<p>Adaptar el informe a los destinatarios - PMKT + Resto plan estratégico- (sociedad en general, gobierno y parlamento, otras direcciones o departamentos, sector turístico)</p> <p>Definición y puesta en marcha del plan de divulgación</p> <p>Recogida de feedback para su consideración en 2019</p>
		4.02.4 Contratación del PMKT	<p>Tramitación del expediente de contratación del PMKTA 2019-2021 y entrega del estudio a la DGTC</p>

4.03 ACCIONES DE PROMOCIÓN Y MARKETING EN LOS NUEVOS NICHOS EN MERCADOS DE PROXIMIDAD.

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
4.03	1	4.03.1 Plan 2018	<p>Definir los mercados de proximidad para 2018</p> <p>Priorizar 3 mercados 2018</p>

			Definir la campaña concreta para cada mercado priorizado en coordinación con las medidas 4.04 y 4.05
			Poner en marcha, ejecutar la campaña y gestionar las contrataciones requeridas en cada una de esas campañas
		4.03.2 Preparación 2019	Elaborar posttest de cada una de las campañas. Informe conclusiones y mejoras 2019, junto con las medidas 4.04 y 4.05
			Contratación e incorporación informe de nichos de la industria del viaje surgidos del observatorio para preparación inicial del 2019 y ss. Junto con 4.04, 4.05 y 4.06

4.04 ACCIONES DE PROMOCIÓN Y MARKETING DE LOS VIAJES CITY BREAK O FIN DE SEMANA EN PAMPLONA Y TUDELA.

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
4.04	1	4.04.1 Plan 2018	Definir los mercados de proximidad para 2018
			Priorizar 3 mercados 2018
		4.04.2 Preparación 2019	Establecer un acuerdo 2018 (a poder ser, con Convenio a partir de 2019) de colaboración de la Dr. Gral, ayuntamiento de Tudela y Pamplona.
			Definir la campaña concreta en coordinación con las medidas 4.03, 4.05 y 4.06
			Poner en marcha, ejecutar la campaña y gestionar las contrataciones requeridas.
			Elaborar posttest de cada una de las campañas. Informe conclusiones y mejoras 2019, junto con las medidas 4.03, 4.05 y 4.06
			Contratación e incorporación informe de nichos de la industria del viaje surgidos del observatorio para preparación inicial del 2019 y ss. Junto con 4.03, 4.05 y 4.06
			Redacción del convenio para 2019

4.05 ACCIONES DE PROMOCIÓN Y MARKETING EN SEGMENTOS BÁSICOS DEL TURISMO (RURAL-NAT, CULTURAL, NAVARRA ESENCIAL Y MICE) Y EN LOS SEGMENTOS ESPECÍFICOS ASOCIADOS A CADA UNO DE ELLOS.

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
4.05	1	4.05.1 Plan 2018	Definir las necesidades de material, recursos, canales de difusión para la promoción de esta medida.
			Analizar los materiales de comunicación actuales para esta medida y definir los que se van a requerir y poner en marcha finalmente, en coordinación con 4.03, 4.04 y 4.06
			Establecer un plan de mejora de los procesos de distribución y canalización de los materiales de promoción, en coordinación con todas las medidas del programa 4 del PET

			Poner en marcha, ejecutar la campaña y gestionar las contrataciones requeridas en cada una de esas campañas.
		4.05.2 Preparar plan 2019	Elaborar posttest de cada una de las campañas. Informe conclusiones y mejoras 2019, junto con las medidas 4.03, 4.05 y 4.06 Contratación e incorporación informe de nichos de la industria del viaje surgidos del observatorio para preparación inicial del 2019 y ss. Junto con 4.03, 4.04 y 4.06

4.06 ACCIONES DE PROMOCIÓN Y MARKETING EN SEGMENTOS BÁSICOS DE LA INDUSTRIA DEL VIAJE (SALUD, TRABAJO, ESTUDIOS, ETC.).

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
4.06	1	4.06.1 Empresa / trabajo	<p>Detectar los actuales colectivos que ya vienen a Navarra, así como los posibles prescriptores y detección de oportunidades.</p> <p>Definir los productos y servicios a proponer para el colectivo de empresas / trabajo y trasladar la información a observatorio para 2019.</p> <p>Seleccionar acciones Quick win que impacte de manera clara en el plan estratégico (ejemplo: Alemania, S3) y puesta en marcha de una de esas acciones.</p>
		4.06.2 Salud	<p>Presentación y aprobación plan de acción por parte del cluster de Turismo Salud del 2018</p> <p>Puesta en marcha del plan de acción Turismo salud. Buscar, además de los segmentos básicos, la inclusión de la promoción city break Pamplona-Tudela.</p>
		4.06.3 Ambos target	<p>Elaborar posttest de cada una de las campañas. Informe conclusiones y mejoras 2019, junto con las medidas 4.03, 4.04 y 4.05.</p> <p>Contratación e incorporación informe de nichos de la industria del viaje surgidos del observatorio para preparación inicial del 2019 y ss. Junto con 4.03, 4.04 y 4.05</p>

4.07 COORDINACIÓN Y PROMOCIÓN DEL CALENDARIO DE EVENTOS (CULTURALES, ETNOGRÁFICOS, DEPORTIVOS, FESTIVOS, ETC.) DE LOS DIFERENTES TERRITORIOS E IMPULSAR LA PROMOCIÓN CONJUNTA POR LOS EMPRESARIOS Y ENTIDADES DE TODOS LOS TERRITORIOS.

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
4.07	1	4.07.1 Elaborar y coordinar el calendario de eventos.	<p>Definir los criterios de baremación para la consideración de un evento como evento estratégico a incluir en este calendario.</p> <p>Análisis de las actividades a aplicar los criterios y baremación, cuyas fuentes serán al menos el inventario de los recursos turísticos de la acción 1.01.</p> <p>Aplicación de la baremación y elaboración de un borrador de calendario de eventos</p> <p>Revisión con ordenación para trabajar a partir de ese momento de manera coordinada.</p> <p>Elaboración del calendario definitivo 2019 y de las herramientas de soporte para su divulgación</p>
		4.07.2 Uso y aprovechamiento del	<p>Sondear con las localidades u organizadores la propuesta general</p>

		calendario de eventos	<p>Analizar el aprovechamiento de este calendario de eventos para el resto de medidas del Plan director de MKT y del plan plurianual.</p> <p>Preparación para su utilización en 2019 como herramienta de información al sector y al turismo, así como para el desarrollo de productos turísticos para la dirección general</p>
--	--	------------------------------	--

4.08 MEJORAR LA EFICIENCIA Y EFICACIA ENTRE LOS SISTEMAS DE PROMOCIÓN Y LOS NICHOS O SECTORES SOBRE LOS QUE ACTUAMOS EN LA ESTRATEGIA TURÍSTICA (VINCULADO A SODENA Y AL CLÚSTER JUNTO CON LAS MEDIDAS 2.02 4.06 3.05).

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
4.08	1	<p>4.08.1 Auditoría de situación preparatoria para 2019. Auditoría para conocer la potencialidad de relación entre herramientas y nichos de mercado para medir y fortalecer la eficiencia de las mismas y desarrollar nuevas herramientas.</p>	<p>Establecer el proveedor y procedimiento más adecuado para elaborar el estudio. Establecer con SEGITTUR el procedimiento y la encomienda de esta actividad.</p> <p>Condicionado administrativo</p> <p>Realizar la auditoría</p> <p>Reflexión acerca del impacto de los resultados</p> <p>Decisión y definición del plan de acción dentro del PET 19-25</p> <p>Definir el plan 2019</p>

4.09 IMPULSO A LA MODERNIZACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN WEB DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS, ESPECIALMENTE PYMES DEL MUNDO RURAL

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD	ÁMBITO	ACTUACIÓN
4.09	1	<p>4.09.1 Institucionalizar la acción conjunta SODENA / DR. GRAL</p> <p>4.09.2 Diagnóstico y Plan de acción TIC del sector turístico.</p>	<p>Formalizar modelo de coordinación SODENA / DR GRAL TURISMO</p> <p>Definir objetivos de SODENA / DR GRAL en relación a esta medida: diagnóstico TIC sector turístico.</p> <p>Establecer el proveedor y procedimiento más adecuado para elaborar el diagnóstico</p> <p>Condicionado administrativo</p> <p>Realizar el diagnóstico</p> <p>Reflexión acerca del impacto de los resultados</p> <p>Decisión y definición del plan de acción dentro del PET 19-25</p> <p>Definir el plan 2019</p>

PROGRAMAS GOBERNANZA DEL TURISMO

5.01 ADAPTAR LA NORMATIVA TURÍSTICA A LAS NUEVAS REALIDADES Y NECESIDADES DEL TURISMO, ADECUÁNDOLA ADEMÁS A LAS SINGULARIDADES DEL TERRITORIO (APLICAR PERSPECTIVA DE RURALIDAD)

5.02 COORDINAR CON OTRAS ENTIDADES LA REVISIÓN DE LA NORMATIVA PROMOVIDA POR OTRAS ENTIDADES CON INCIDENCIA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

5.03 MEJORAR LA COOPERACIÓN Y COORDINACIÓN CON OTROS DEPARTAMENTOS DEL GOBIERNO FORAL DE NAVARRA PARA MEJORAR LA EFICACIA DE LA ACCIÓN PÚBLICA EN EL TURISMO.

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
5.01	1	5.01.1 Adaptar la normativa turística a las nuevas realidades y necesidades del turismo	Modificación de la Ley Foral de Turismo de Navarra
			Nuevo Decreto de Empresas de Mediación Turística
			Nuevo Decreto de Apartamentos Turísticos y Alquiler de habitaciones
			Nuevo Decreto de habilitación de guías de turismo
5.02	1	5.02.1 Coordinar con otras entidades la revisión de la normativa promovida por otras entidades con incidencia en la actividad turística	Modificación del Decreto regulador del Consejo de Turismo de Navarra
			Identificar ámbitos/aspectos/ problemas de incidencia turística regulados por normativas sectoriales no turísticas, redacción del documento detallando entidades implicadas y personas de contacto
			Priorizar actuaciones de coordinación
			Coordinación con OT, Decreto campings
5.03	1	5.03.1 Mejorar la cooperación y coordinación con otros Dptos. de la ACFN	Coordinación con FNMC áreas de paradas y estacionamiento auto-caravanas
			Identificación de los Departamentos con competencias que inciden en el Camino de Santiago
			Constitución Mesa Camino Santiago

PROGRAMA 6 INTELIGENCIA E INNOVACIÓN EN TURISMO

6.01 ELABORACIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO DE NAVARRA

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
6.01	1	6.01.1 Elaboración de la cuenta satélite de turismo de Navarra	Licitación de la cuenta satélite
			Seguimiento de la ejecución del contrato
			Formación al personal de la DGT y del Nastat sobre la cuenta satélite elaborada.
			Valoración, difusión y utilización de los resultados de la cuenta satélite en la toma de decisiones.

6.03 CREACIÓN DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE NAVARRA PARA MEJORAR LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS DE LA INTELIGENCIA DE MERCADO AL CONJUNTO DEL SECTOR

PROGRAMA / MEDIDA	PRIORIDAD DE LA MEDIDA	ÁMBITO	ACTUACIÓN
6.03	1	6.03.1 Creación del observatorio turístico de Navarra	<p>Adaptación de los informes mensuales de coyuntura a una nueva herramienta tecnológica que facilite una visualización dinámica de datos, comparativas y tratamiento de los mismos.</p> <p>Estudio de necesidades de información, fuentes de obtención de datos, benchmarking, integración de criterios para el análisis de sostenibilidad... etc.</p> <p>Preparación de pliegos de licitación de observatorio turístico</p>