

GOBIERNO DE NAVARRA

ECONOMÍA, HACIENDA, INDUSTRIA Y
EMPLEOCULTURA, TURISMO Y RELACIONES
INSTITUCIONALES

PRESIDENCIA, JUSTICIA E INTERIOR

EDUCACION

DESARROLLO RURAL, MEDIO
AMBIENTE, Y ADMINISTRACIÓN
LOCAL

SALUD

POLÍTICAS SOCIALES

FOMENTO

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

Naturaleza, cultura e historia y gastronomía, ejes del nuevo Plan de Turismo de Navarra

1.121.805 viajeros visitaron Navarra en 2011

Lunes, 29 de octubre de 2012

El entorno natural, la cultura, la historia, el patrimonio y la gastronomía serán los nuevos ejes que vertebrarán las actuaciones previstas por el nuevo Plan Integral de Turismo de la Comunidad Foral, respaldado hoy por el Consejo de Turismo de Navarra y que espera seguir impulsando un sector que ha visto incrementar el número de viajeros en 2011 hasta alcanzar los 1.121.805.

Se trata de hacer de Navarra un destino de calidad en el que se asegure al viajero una experiencia de viaje completa.

El nuevo texto actualiza tanto el Plan de Marketing Turístico como el Plan de Desarrollo de Productos Turísticos, fusionándolos en un único documento con visión estratégica, y persigue la evolución y adaptación de Navarra como destino turístico de calidad, a la situación actual de la oferta y la demanda y al escenario competitivo actual.

El Plan se ha elaborado internamente en colaboración con una comisión empresarial del propio consejero de Turismo compuesta por Rafael Moreno, (Cámara Navarra de Comercio e Industria), Ángel Regueiro (Asociación de Empresarios de Hostelería de Navarra), Ana Beriáin, (Asociación de Campings de Navarra), Raúl Pilar (Asociación de Albergues Lagun Artea) y Jesús Rebollo (Asociación de Hoteles Rurales de Navarra).

Para concretar medidas para cada subproducto se han celebrado un total de once reuniones sectoriales entre la Dirección General de Turismo y Comercio y los agentes del sector, se han realizado estudios de marketing y acometido varias encuestas de mercado.

El director general del Instituto de Turismo de España (Turespaña), Manuel Butler, ha sido testigo de la aprobación del Plan en una visita en la que ha aprovechado para presentar al Consejo las principales líneas del Plan



Reunión Consejo de Turismo de Navarra.

Nacional de Turismo y reunirse con el consejero y los responsables de la Dirección General Turismo y Comercio para consensuar los programas operativos que se desarrollarán durante 2013 en los mercados internacionales.

Apuesta de Navarra por la calidad

Para la reformulación estratégica del Plan de Turismo de Navarra se han teniendo en cuenta otros pilares sustanciales para apoyar la política turística como el Plan Moderna, los Planes nacionales (Plan Nacional e Integral de Turismo y Plan de Marketing Turístico) y el III Plan de Impulso del Comercio de Navarra.

En esta fase se ha elaborado también un decálogo turístico de Navarra, con el que se trata de describir a la Comunidad Foral en aquello que la caracteriza y diferencia. Según este decálogo, Navarra es “Naturaleza que emociona”, “Tradiciones que perduran”, “La historia de un Reyno”, “Puerta de entrada al Camino de Santiago”, “San Fermín, la fiesta universal”, “Pamplona, ciudad verde e histórica”, “Productos de nuestra tierra”. “Comunidad innovadora”, “Turismo tranquilo (Slow Tourism)”, y “Gente auténtica y solidaria”.

Con la nueva formulación estratégica se han establecido y reorganizado los principales productos turísticos de la Comunidad, considerando categorías esenciales el turismo cultural, el de naturaleza (ecoturismo), el rural, la gastronomía y los vinos, las fiestas y tradiciones y el turismo de congresos. También se han establecido una serie de nichos de mercado como son: turismo de salud, estudiar en Navarra, observación de aves, turismo de interés religioso, actividades de motor, encierros de Navarra, viajar con mascotas y comercio de productos navarros y artesanía. Finalmente, también se han redefinido y priorizado los mercados de promoción turística, tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

5 macroprogramas, 22 programas y 83 acciones

El Plan ha previsto también programas operacionales en los distintos mercados y para los diferentes segmentos de visitantes. Se han establecido así 5 macroprogramas: instrumental, de mercados, de desarrollo, de innovación y competitividad, y de reserva coyuntural, con 22 programas y 83 acciones. De cada una de las acciones se está preparando una ficha que incluirá una descripción de la acción, el público objetivo, las medidas a implantar, el cronograma y el presupuesto.

1.121.805 viajeros visitaron Navarra en 2011

El Plan ha analizado, asimismo, la evolución del turismo en Navarra en los últimos años. Atendiendo a criterios sociológicos, se aprecia que la población Navarra percibe hoy mucho mejor la importancia del turismo. El sector representa entre el 5 y el 6% del PIB, y la población activa del sector alcanza en Navarra las 28.828 personas, es decir, el 8,8% del total de la población activa de la Comunidad.

En 2011 se recibió más de un millón un viajeros en establecimientos turísticos reglados (1.121.777 personas, un 5,9% más respecto a 2010) que hicieron casi dos millones y medio de pernoctaciones (2.471.750, un 5,6% más que en el año anterior).

Atendiendo a la oferta, Navarra ha pasado de contar con 848 alojamientos turísticos en 2003 a contar con 1.384 alojamientos a finales de 2011, lo que supone un incremento del 63,3%. Los tipos de alojamientos que más han crecido en estos últimos años son los hoteles de cuatro estrellas (aumento del 260% respecto a 2003), los hoteles rurales y los apartamentos turísticos (en el ámbito rural casi todo ellos). Por lo que respecta a las plazas, a finales de 2011 había un total de 34.071 plazas, un 45% más que en 2003.

Respecto a la procedencia de los turistas, en su mayoría (78,7% en 2011) proceden del ámbito nacional, principalmente del País Vasco, Cataluña, Madrid y la propia Navarra. Además, según Frontur, la llegada de turistas extranjeros a Navarra creció en 2011 un 6,8% respecto a 2010.

Según las encuestas realizadas, la visión que tienen los visitantes sobre Navarra ha cambiado y la naturaleza y la gastronomía son los primeros valores a los que se asocia la Comunidad Foral. De igual manera, Navarra es percibida como un destino con buena relación calidad-precio. De acuerdo con el Instituto de Estudios Turísticos y Exceltur, Navarra está entre las regiones con más alto índice de satisfacción entre los turistas nacionales y extranjeros.