

Plan Integral de Marketing Turístico

El Gobierno de Navarra pretende continuar el trabajo emprendido con las acciones que se vienen realizando desde 2005 en el marco del Plan Integral de Marketing Turístico. Entre las medidas concretas se encuentra la propia revisión del Plan para adaptarlo a las nuevas circunstancias y objetivos. El nuevo Plan de Marketing Turístico actualiza los distintos programas operativos e incorpora nuevas herramientas de promoción. La política turística estará orientada preferentemente a la atracción de visitantes, a través de acciones de carácter comercial impulsadas con la cooperación público-privada.

Dentro del Plan destacan programas como el de Apoyo a la Comercialización, que ayuda a los intermediarios turísticos en su labor de venta de productos y servicios de Navarra, o el programa “Navarra Booking, central de reservas on line” a través del acuerdo con la Asociación de Empresarios de Hostelería, que permite a todo el sector contar con una plataforma para la comercialización por Internet.

A lo largo del año, el Plan contempla una intensa participación en ferias y presentaciones en mercados nacionales e internacionales, prestando especial atención al mercado del sur de Francia. Además, los programas de comunicación y relaciones públicas, el programa web y de nuevas tecnologías y el Plan de Medios ya se encuentran en ejecución, con acciones on line y off line, y campaña de “street marketing”. Se realizará una campaña específica en la Comunidad Autónoma Vasca y en otros mercados de proximidad, así como en la propia Comunidad Foral.

El nuevo Plan de Marketing Turístico contempla la promoción del turismo gastronómico de Navarra, en colaboración con AEHN, Anapeh y otros agentes implicados. Y proseguirá la estrategia de difusión en Internet y las acciones de marketing on line del portal “navarragastronomía”.

Además, se han comenzado a ejecutar una serie de programas específicos para la difusión de Sanfermines, Camino de Santiago, Pirineos, Turismo Rural, Turismo de Congresos y a Vuelta Ciclista a España 2012, con motivo del inicio de la carrera en Pamplona, que tendrá lugar el 18 de agosto.

Finalmente, el Plan de Marketing de Turismo busca estrechar la relación del turismo con el comercio y la artesanía, coordinando sus acciones con las medidas previstas en el III Plan de Apoyo al Comercio, que se encuentra en proceso de elaboración.

Plan de Desarrollo de Productos Turísticos

Por otro lado, el Gobierno se ha propuesto actualizar el Plan de Desarrollo de Productos Turísticos puesto en marcha en 2007, y darle un nuevo impulso con un doble objetivo: crear nuevos productos y fortalecer los existentes. Entre los programas previstos se encuentra la dinamización de los principales productos e hitos turísticos de Navarra y el impulso del desarrollo de productos y equipamientos en las distintas áreas turísticas. También se busca el refuerzo de la señalización, tanto en carreteras como ‘in situ’.

Asimismo, destaca el apoyo a la interpretación del patrimonio cultural y natural, con el Programa de Apertura de Iglesias y Monumentos, y la búsqueda de nuevas fórmulas para hacer más atractivas las visitas al patrimonio histórico de Navarra.

El programa de Desarrollo de Productos Turísticos busca, por su parte, el refuerzo y ampliación de productos y rutas temáticas, con especial atención al Camino de Santiago, a la consolidación de las rutas ya existentes y a la búsqueda de nuevas propuestas. Pretende también la ampliación de los Clubes de Producto Turístico, extendiendo la fórmula del club de observación de aves a nuevos ámbitos.

El programa pretende, además, reorientar el Programa de información y acogida turística con la ampliación de la labor de las Oficinas de Turismo.

Otro aspecto importante es el apoyo al sector turístico privado, con ayudas a la renovación de actividades de promoción, y a la mejora y renovación de alojamientos. Como apoyo al sector se ha mantenido el programa “Navarra te recibe gratis”, cuya campaña de este año ha contado con 600.000 euros y ha tenido una notable acogida.

Finalmente, el programa de Desarrollo de Productos turísticos quiere potenciar las Fiestas de Interés Turístico, para impulsar los eventos con mayor capacidad de atracción turística y favorecer su conocimiento y promoción.

Balance de 2011

Los datos referentes al informe de coyuntura turística de 2011 presentan resultados positivos en la Comunidad Foral de Navarra, tanto en la oferta como en la demanda.

Navarra cerró el ejercicio con un crecimiento del 22,1% en el gasto total realizado en Navarra por turistas extranjeros (123 millones de euros). También creció un 0,9% el número de afiliados a la Seguridad Social del sector y la población ocupada en el sector turístico en 2011, que ascendió a las 25.274 personas, según el Instituto de Estudios Turísticos y el Instituto Nacional de Estadística.

Asimismo, se produjo un aumento del 5,9% en viajeros y del 5,6% en pernoctaciones, así como del 7,8% en viajeros en hoteles (número de personas hospedadas) y del 8,3% en pernoctaciones en hoteles (número de noches ocupadas). Las Oficinas de Turismo atendieron un 1% más de consultas que en 2011 y el portal de Turismo recibió un 10,4% más visitas que en 2010, recibiendo un total de 1.512.944 entradas.