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 nuevo Plan Estratégico de Turismo buscará atraer más visitantes europeos a Navarra

El vicepresidente Ayerdi ha clausurado esta tarde la jornada central del proceso de participación, celebrada a lo largo hoy martes con más de 120 representantes de todo el sector

Martes, 07 de marzo de 2017

El vicepresidente Ayerdi ha clausurado la jornada sobre el Plan Estratégico de Turismo.

El nuevo Plan Estratégico de Turismo para los años 2017 a 2025 buscará consolidar el volumen de viajeros españoles y atraer más turistas europeos a Navarra para captar así flujos de visitantes fuera de las temporadas vacacionales y con un elevado gasto medio diario.

Durante los próximos años también se fomentará la diferenciación de productos y destinos turísticos en Navarra con el fin de mejorar la competitividad del sector, y se impulsará la cooperación entre todos los agentes involucrados, tanto públicos como privados. Estos son los objetivos del nuevo Plan Estratégico de Turismo que está elaborando el Gobierno de Navarra con la colaboración de todo el sector. Precisamente, hoy martes se ha celebrado en Pamplona la jornada central de este proceso de participación, con más de 120 representantes de todo sector.

La jornada ha sido clausurada esta tarde por el vicepresidente de Desarrollo Económico, Manu Ayerdi. En su intervención ha asegurado que el sector turístico navarro tiene un “gran potencial de desarrollo”. “Creemos que existe un margen de crecimiento mediante una oferta de turismo integral, un margen importante de creación de empleo y que podemos situar a Navarra como un referente de destino sostenible a nivel europeo”, ha continuado.

Cabe recordar que el turismo integral es uno de los seis sectores estratégicos de la nueva Estrategia de Especialización Inteligente de Navarra. Un sector, además, por el que el Gobierno de Navarra quiere hacer "una apuesta fuerte", según Manu Ayerdi, quien ha recordado el incremento presupuestario de casi un 30% de las partidas dedicadas al turismo.

Más de 120 representantes del sector turístico han participado en la jornada.

El vicepresidente Ayerdi, quien ha augurado que este plan estratégico será un "punto de inflexión y de redefinición" para el sector, ha afirmado también que es necesario orientar el sistema turístico hacia la internacionalización, sin dejar de lado el mercado turístico de proximidad. "Tenemos que desarrollar otros segmentos que nos permitan desestacionalizar la demanda y optimizar las oportunidad turísticas de Navarra", ha explicado. "Para ello, la experiencia turística debe basarse en la vivencia del territorio, de la naturaleza, de la cultura, del paisaje… ofrecer una verdadera experiencia navarra al turista, y eso solo puede hacerse si hay personas que le aportan ese valor", ha concluido.

Objetivos del plan estratégico

El nuevo plan estratégico del sector turístico plantea cinco grandes objetivos:

1.-Consolidar la posición de Navarra en los mercados de proximidad, es decir, España y el sur de Francia.

2.-Posicionar a Navarra en el mercado turístico europeo para captar flujos de demanda desestacionalizada, con un elevado gasto medio diario en destino.

3.-Centrar la competitividad turística en la diferenciación de segmentos y productos, apoyados en elementos del patrimonio territorial (natural y cultural), y en las personas, 4.-Impulsar la cooperación entre empresarios y entidades turísticas.

5.-Mejorar la articulación territorial de la gestión del espacio turístico, impulsando la cooperación entre entidades territoriales y mejorando la coordinación interadministrativa.

Diagnóstico del sector turístico

Estos cinco objetivos proceden del proceso de diagnóstico realizado como paso previo a la elaboración del plan estratégico. Así, se ha determinado que Navarra es un territorio avanzado con capacidad para el desarrollo del turismo, si bien presenta algunos déficits de accesibilidad exterior que condicionan su modelo turístico.

El patrimonio territorial, especialmente su naturaleza, cultura y paisaje, son los principales atractivos de Navarra para desarrollar un turismo diferenciado. Aun así se han detectado debilidades que deben superarse para abordar el desarrollo turístico en mercados desestacionalizados con alto nivel de gasto medio diario. También algunos recursos turísticos necesitan de una adecuada puesta en valor y la profesionalización del tejido empresarial resultará crucial en un escenario de intensa prestación de servicios de calidad.

El diagnóstico ha detectado además que existe una cierta complejidad en la estructura del sector y una escasa cooperación en la gestión y comercialización del turismo, así como una deficiente articulación de productos turísticos adaptados a las preferencias del mercado objetivo.

Se señala también que las dotaciones presupuestarias para la política turística son insuficientes y están por debajo de la media estatal; que el mercado turístico actual de Navarra es fundamentalmente de proximidad, lo que redunda en una marcada estacionalidad y bajo nivel de gasto en destino; y que la

Comunidad Foral tiene un importante capital de imagen, con las fiestas de San Fermín como marca más internacional y con el Camino de Santiago, cuyo tramo navarro también goza de alto nivel de conocimiento.

Proceso de participación

Como se ha indicado, la jornada celebrada hoy en el Palacio Baluarte de Pamplona supone el hito central del proceso de participación iniciado en noviembre del año pasado para elaborar el Plan Estratégico de Turismo de Navarra 2017-2025.

En este proceso destacan la presentación al Consejo Navarro del Turismo, reuniones con responsables técnicos y políticos de la Administración, más de 20 entrevistas con agentes públicos y privados del sector, la creación de cuatro grupos territoriales (zona noroeste, Pirineos, zona media y Ribera) y la puesta en marcha de cinco grupos de segmentos turísticos (rural-naturaleza, reuniones y congresos, cultural, específicos, y sanitarios).

Con las propuestas obtenidas, tanto en la jornada celebrada hoy martes como a lo largo del proceso, se redactará ahora el plan estratégico, cuyo borrador será presentado en próximas fechas.