

Enfoque

Navarra, apoyándose en sus **valores** turísticos de **naturaleza y cultura**, en factores transversales y otros sectores de la región, puede aspirar a convertirse en un referente de turismo diferenciado y desarrollar una nueva economía del turismo sostenible.

Objetivos

- Incrementar el valor turístico ofrecido al cliente.
- Potenciar la innovación y el desarrollo de nuevos productos turísticos.
- Desarrollar mercados nacionales e internacionales para los productos turísticos de Navarra.

Acuerdos fundamentales

Frente a la masificación y contaminación de los espacios urbanos y el desarraigo de sus habitantes, el cluster debe valorizar el patrimonio turístico y conjugarlo con otros factores regionales sinérgicos, para ofrecer una **oferta diferenciada, singular y personalizada**, vinculada al bienestar de la naturaleza, el disfrute de la gastronomía y la tradición histórica de su cultura.

El sector turístico, entendiéndolo que a través de procesos colaborativos basados en la innovación se podrían alcanzar cotas más altas de diferenciación y crecimiento del sector, decidió en 2009 constituir la Asociación de empresas innovadoras de Turismo de Navarra, TURNAVARRA (integrada por las empresas del sector y distintas instituciones y organismos relacionados) y es en ese marco colaborativo donde abordar los retos a 2030.

- **Mejorar el valor turístico al cliente**, ofreciendo productos singulares y diferenciados, es decir valorizar los atractivos turísticos de Navarra, fundamentalmente los de naturaleza, gastronomía y cultura, de forma que el turista se sienta **un invitado que disfruta de experiencias singulares**.
- Desarrollar **mercados** mediante acciones de promoción y comercialización en nichos de oportunidad.
- Explotar y desarrollar las **tecnologías de información y comunicación** para el desarrollo de mercados (e-marketing, plataformas virtuales) y la comercialización (plataformas integrales de reserva y servicios), así como para proporcionar información de interés al visitante (p. ej. a través de redes inalámbricas).
- Lanzar **nuevos productos y servicios** en proyectos colaborativos y con la participación de universidades y centros de investigación.
- Aprovechar las **sinergias** que se pueden generar **con otros sectores** (p. ej. salud) o con **factores transversales** (p. ej. gastronomía, congresos) relevantes en Navarra para desarrollar y potenciar el turismo.
- **Sumarse a otras iniciativas turísticas** internacionales coherentes con nuestro posicionamiento o nacionales que presenten complementariedades y sinergias (iniciativas como Camino de Santiago, Pirineos, senderismo, BTT, etc.).
- Potenciar las **aptitudes y actitudes** para el turismo, a través de foros de encuentro, formación específica y estimular el **espíritu emprendedor**.

VISIÓN 2030

Navarra es referente nacional en un turismo sostenible que integra naturaleza y cultura y desarrolla una nueva economía del turismo sostenible.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

1
MEJORAR EL VALOR TURÍSTICO OFRECIDO AL CLIENTE

2
POTENCIAR LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y NEGOCIOS

3
DESARROLLO DE MERCADOS PARA LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

PROYECTOS

1.1. Potenciar un turismo sostenible cimentado en la excelencia y la diferenciación.
1.2. Impulsar el Turismo Cultural.
1.3. Potenciar y mejorar el Camino de Santiago en Navarra.
1.4. Impulsar el turismo de Naturaleza.
1.5. Impulsar el turismo de Congresos.

2.1. Fomentar proyectos innovadores en colaboración.
2.2. Desarrollo de nuevos productos turísticos.
2.3. Incorporación y explotación de las oportunidades de las nuevas tecnologías.
2.4. Generación de nuevos negocios alrededor del turismo.

3.1. Potenciar el turismo navarro en mercados nacionales e internacionales.
3.2. Impulsar el marketing vía Internet (e-Marketing).
3.3. Aprovechar sinergias con otras iniciativas turísticas externas.

PRINCIPALES ACCIONES

1. MEJORAR EL VALOR TURÍSTICO OFRECIDO AL CLIENTE

ACCIONES CORTO PLAZO

- Potenciar y mejorar el Camino de Santiago.
- Mejorar la señalización e información *in situ* de los productos turísticos.
- Incorporar la sostenibilidad, la innovación y singularidad como criterios básicos en los programas y en las convocatorias de ayudas públicas.
- Incorporar los atractivos turísticos de Navarra al turismo congresual.
- Formación en idiomas, nuevas tecnologías, gestión etc.
- Programa de acceso a iglesias, monumentos y equipamientos culturales, adaptado a las expectativas del cliente.

ACCIONES A MEDIO-LARGO PLAZO

- Mejorar la información proporcionada al visitante a través de las nuevas tecnologías (wi-fi) y en especial en turismo de naturaleza (senderismo y BTT).
- Foros de encuentro con otros sectores/grupos de Navarra atractores de Congresos (Salud, EERR...).
- Organización de jornadas y talleres prácticos que desarrollen la cultura de la sostenibilidad y la excelencia tanto en la gestión de las empresas turísticas como en la atención a los clientes.

2. POTENCIAR LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y NEGOCIOS

ACCIONES A CORTO PLAZO

- Foros de encuentro de TURNAVARRA para identificar y desarrollar en colaboración nuevos proyectos y productos experienciales.
- Mejorar la plataforma integral de reserva on line.
- Red inteligente de gestión de contenidos turísticos en los establecimientos turísticos y taxis.
- Crear el club de producto "Gastronomía de Navarra".
- Proyectos colaborativos con otras regiones en los productos: Camino de Santiago y Pirineos.

ACCIONES A MEDIO-LARGO PLAZO

- Desarrollo de nuevas aplicaciones informáticas que faciliten el acceso a la información turística y general de forma personalizada.
- Creación del producto híbrido promocional "Salud".
- Creación del producto híbrido promocional "Energías Renovables de Navarra".
- Benchmarking y sistema de vigilancia estratégica.
- Incorporar en la universidad estudios e investigaciones del sector turístico y hostelería.
- Foros de encuentro con sectores vinculados para identificar nuevos negocios.
- Formación específica sobre emprendimiento.

3. DESARROLLO DE MERCADOS PARA LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

ACCIONES A CORTO PLAZO

- Identificación de nichos de mercado (en mercados consolidados y emergentes).
- Organización de misiones comerciales y promocionales a mercados de oportunidad.
- Potenciar una plataforma integral de elaboración y distribución de contenidos y servicios turísticos.
- Potenciar el turismo de Navarra a nivel internacional en dos marcas: Camino de Santiago y Pirineos.
- Promoción y posicionamiento del portal web en buscadores.
- Aprovechar las fiestas de San Fermín y otros eventos de alto impacto (como determinados congresos) para promocionar Navarra como destino turístico.

ACCIONES A MEDIO-LARGO PLAZO

- Acciones comerciales y promocionales conjuntas en mercados de oportunidad.
- Creación de un escaparate virtual "territorio de Navarra".
- Sumarse a nuevas iniciativas nacionales o internacionales que tengan complementariedades o sinergias.
- Desarrollo de e-marketing personalizado.
- "Club del viajero de Navarra": creación de una comunidad de visitantes en el portal web y programa de fidelización.
- Creación de un espacio wi-fi de turismo en ciudades emisoras.
- Programa de atracción de tour operadores.

INDICADORES

MÉTRICAS Y FUENTES

- VAB sectorial, evolución y participación en el total (IEN a partir de las Cuentas Económicas Anuales).
- Empleo: número empleados, evolución y participación en el empleo total (Tesorería General de la Seguridad Social).
- Nº nuevas empresas y su participación en el total (Tesorería de la Seguridad Social).
- Nº de turistas recibidos (segmentación por tipología).
- Número de pernoctaciones.
- Gasto turístico.
- Nº Congresos acogidos.
- Infraestructuras construidas.
- Nº nuevos Productos turísticos desarrollados y facturación.
- Resultados de la evaluación de establecimientos turísticos.
- Nuevos mercados identificados.
- Nuevos mercados atendidos.
- Proyectos de I+D+i realizados.
- % Inversión en I+D/ VAB sectorial (IEN a partir de estadística sobre I+D).
- Retribución media por empleado.

EQUIPOS MODERNA

- **EQUIPO 1:** Para mejorar y ampliar la información turística proporcionada al visitante.
- **EQUIPO 2:** Para desarrollar nuevos productos y servicios.
- **EQUIPO 3:** Para explotar las tecnologías de información y comunicación.
- **EQUIPO 4:** Para la comercialización de los productos turísticos de Navarra.
- **EQUIPO 5:** Para la promoción de productos turísticos y refuerzo de la imagen de Navarra.
- **EQUIPO 6:** Para desarrollar una sistemática de vigilancia estratégica.

TAREAS INMEDIATAS

- Las acciones ya en marcha derivadas del desarrollo de los proyectos de TURNAVARRA.