

Nafarroako  Gobierno
Gobernua de Navarra

PLAN ESTRATÉGICO
DE TURISMO DE

NAVARRA

2 0 1 7 - 2 0 2 5

NAFARROAko

TURISMO
PLAN ESTRATEGIKOA

Nafarroako
Erresuma
Lur Anitza



Reyno de
Navarra
Tierra de Diversidad

INF
OR
ME
DE
PAR
TICI
PA
CIÓN
N

CLAVE
Asistencias Técnicas

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE NAVARRA 2017 – 2025

Informe de participación, fase presentaciones



Dirección General de Turismo y Comercio
Gobierno de Navarra

Noviembre, 2017

CLAVE
Asistencias Técnicas

Tel. 954 236 508

info@atclave.e

www.atclave.es

VICEPRESIDENTE DE DESARROLLO ECONOMICO

Manu Ayerdi Olaizola

DIRECTORA GENERAL DE TURISMO Y COMERCIO

Maitena Ezkutari Artieda

Director de Servicio de Marketing Turístico

Iñaki Xabier Martínez de Virgala Lusarreta

Directora de Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y del Comercio

Margarita Cueli Erice

EQUIPO CONSULTOR

Juan Requejo Liberal. Director

José Ignacio Macías. Coordinador

Nagore Espinosa

Inmaculada Mercado

Andrea García Guillén

Maialen Chantre

Ángel Alonso

ÍNDICE

1	PROCESO DE PARTICIPACIÓN EN FASE DE PRESENTACIONES	7
1.1.	JORNADAS DE PRESENTACIÓN DEL PLAN	7
1.1.1.	<i>Jornada de presentación del Plan Estratégico de Turismo en Lumbier</i>	<i>8</i>
1.1.2.	<i>Jornada de presentación del Plan Estratégico de Turismo en Tudela</i>	<i>15</i>
1.1.3.	<i>Jornada de presentación del Plan Estratégico de Turismo en Bertiz</i>	<i>22</i>
1.1.4.	<i>Jornada de presentación del Plan Estratégico de Turismo en Pamplona ..</i>	<i>29</i>
1.1.5.	<i>Jornada de presentación del Plan Estratégico de Turismo en Estella</i>	<i>35</i>
1.2.	TRATAMIENTO DE LAS APORTACIONES Y SUGERENCIAS	40
2	ANEXOS	83
2.1.	ANEXO 1: ASISTENTES A LAS JORNADAS DE PRESENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE NAVARRA.....	83

1 PROCESO DE PARTICIPACIÓN EN FASE DE PRESENTACIONES

Como se indicaba en la metodología al comienzo del informe, tanto al inicio como al final del proceso de elaboración del Plan se llevan a cabo los respectivos actos de presentación pública para dar a conocer los principios y finalmente resultados plasmados en el documento estratégico. En los apartados que siguen, se muestran las distintas jornadas de presentación del Plan realizadas con el listado de participantes de cada una de ellas así como el acta de cada sesión con las aportaciones y sugerencias recogidas.

1.1. Jornadas de presentación del Plan

En este apartado se describen las diferentes jornadas realizadas en diversas ubicaciones del territorio navarro. Estas acciones se enmarcan en el proceso de presentación del Plan tras el fin de las acciones participativas previas al desarrollo del Plan y tras la elaboración del mismo. Se acompañan de cada una de las actas de reunión celebradas y del correspondiente listado de asistentes.

2.1.1. Jornada de Presentación en Lumbier	25 de mayo
2.1.2. Jornada de Presentación en Tudela	25 de mayo
2.1.3. Jornada de Presentación en Bertiz	29 de mayo
2.1.4. Jornada de Presentación en Pamplona	29 de mayo
2.1.5. Jornada de Presentación en Estella	30 de mayo

1.1.1. Jornada de presentación del Plan Estratégico de Turismo en Lumbier

■ Lugar y Fecha:

- **Lugar:** Centro Cívico de Lumbier.
- **Día:** 25 de mayo de 2017

Acta de la sesión

■ Ponentes:

- ✓ Maitena Ezkutari Artieda. Directora General de Turismo y Comercio.
- ✓ Juan Requejo, consultor de AT Clave.

■ Acompañantes:

- ✓ Iñaki Martínez de Virgala, Director del Servicio de Marketing Turístico.
- ✓ Margari Cueli Erize, Directora del Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y del Comercio.

■ Asistentes:

Nombre	Entidad
[REDACTED]	Alcalde de Liédena
[REDACTED]	Agente de desarrollo de zona de Cederna-Garalur
[REDACTED]	Alcaldesa de Lumbier
[REDACTED]	Alcaldesa de Lizoain-Arriasgoiti
[REDACTED]	Concejala de Aoiz
[REDACTED]	Alcalde de Aoiz
[REDACTED]	Asociación Orreaga-Irati
[REDACTED]	Alcalde de Isaba
[REDACTED]	Agroturismo M ^a Cruz
[REDACTED]	Empresa AuriaOrreaga
[REDACTED]	Hípica Arbaiun
[REDACTED]	Asociación Casas y Apartamentos rurales V. Roncal

Nombre	Entidad
- [REDACTED]	Casa Catalingarde I y II

■ Presentación del plan:

MaitenaEzkutari y Juan Requejo, a turnos, realizan una presentación de los aspectos principales que recogen el plan de turismo. Resumidamente trasladan las siguientes ideas:

- ✓ Es un documento que sale como resultado de un proceso participativo intenso con reuniones con personal técnico de Turismo y otros departamentos, entrevistas con agentes públicos y privados, grupos de trabajo territoriales y de segmentos, conferencia, et.
- ✓ El documento recoge un glosario que pretende aclarar conceptos, entre ellos la diferencia entre recurso y producto.
- ✓ Incide en el potencial existente no aprovechado, pero en la necesidad de que los productos que se creen estén dirigidos a segmentos concretos previamente conocidos.
- ✓ Aclara el término "demanda", insistiendo en la diferencia entre la afluencia actual, que principalmente es un cliente de proximidad (estatal + sur de Francia), que realizan 1 viaje largo y puentes (supone alrededor de 60 días de ocupación anual), y el cliente potencial, al que hay que buscar, conocer, dirigir nuestros esfuerzos para lograr aumentar la ocupación en el tiempo, ampliando a primavera y otoño.
- ✓ Destaca los segmentos que forman parte del estudio y que han sido objeto de estudio:
 - Básicos: rural-naturaleza (claro y evidente), cultural (no muy claro en la actualidad) y reuniones/eventos (actualmente poco rentable).
 - Básicos de la industria del viaje: salud, formación especializada, viajes de negocio.
 - Específicos: Camino de Santiago, senderismo, escapadas de fin de semana, gastronomía de base local (más importante en la Ribera que en el montaña), familiar.
- ✓ Resalta algunos de los problemas como son la escasa accesibilidad exterior y se informa de los avances para mejorar la conectividad aérea, o la complejidad de la estructuración del sector.

- ✓ Destaca positivamente aspectos como la "sociabilidad", entendiendo por tal la posibilidades que tiene el turista de relación y conocimiento de nuestra sociedad a través de sus fiestas, eventos,...
- ✓ Se presentan los retos y objetivos del plan y se incide en que es un plan ambicioso y necesariamente, cuando menos, a 7 años.
- ✓ Extractan algunas de las palancas del plan, formación imprescindible, creación de una red de acogida, creación de las Unidades de gestión turística para mejorar la articulación territorial, la necesidad de cooperar para avanzar, de trabajar en la calidad percibida en base a clubes de producto, etc.

■ Comentarios, sugerencias y aportaciones

- [REDACTED], agroturismo M^a Cruz

Por su experiencia cree que quizás no es necesario salir fuera, al extranjero, para atraer clientes en otras épocas del año aparte de verano y puentes, o que, cuando menos, sigue existiendo un potencial de crecimiento también en el mercado de proximidad. Ella tiene clientes prácticamente durante todas las épocas del año.

- [REDACTED], agente de desarrollo

La zona de Pirineo, Prepirineo Oriental sufre de un mal endémico, la falta de recursos humanos, no hay ni recursos ni estructura para trabajar y avanzar. Se analizó por el Observatorio Territorial de Navarra pero la situación no ha mejorado. Entiende que serían necesarias medidas específicas de apoyo, desde medidas fiscales hasta, desde el punto de vista del turismo, ofrecer apoyo técnico en zona con personal específico.

- [REDACTED], alcalde del ayuntamiento de Isaba

Ellos han roto la estacionalidad, gracias a la nieve y a las campañas escolares principalmente. Tienen varias asociaciones voluntariosas que desarrollan actividades culturales y de naturaleza.

- Maitena Ezkutari

Volviendo al objeto concreto de la presentación, incide en que el Plan de Turismo no está pensado para que, en su marco, cada uno exija lo que le interesa individualmente. Incide en la necesidad de tener una visión de conjunto, olvidarse un momento de los intereses particulares y observar los del Navarra en la confianza

de que las actuaciones de carácter global incidirán con posterioridad en el territorio.

- Juan Requejo, consultor

Inciendo en la misma idea expresa que el Plan lo es sobre un territorio diverso pero con una estrategia conjunta. Las estrategias locales son interesantes principalmente para el mercado de proximidad, donde sí tienen sentido las identificaciones territoriales (Roncal, Baztan, Sangüesa, etc.), y cada uno podrá desarrollarlas como considere oportuno, pero los objetivos del plan van más allá, el esfuerzo principal está concentrado en conseguir nuevas cuotas de mercado y para ello la visión es de conjunto.

- ██████████, agroturismo M^a Cruz

Apunta que en la actualidad la promoción la hace cada uno a su manera, que son realmente todo esfuerzos individuales

- Iñaki Martínez de Virgala

Señala que desde la DGTyC se hace en la actualidad, efectivamente promoción del destino genérica con el objetivo de atraer turistas pero sin una oferta concreta. Ya presentando Navarra cada establecimiento, empresa lo atrae a su establecimiento.

- ██████████, ayuntamiento de Lumbier

Participa de la opinión de que hay que ver Navarra bajo un mismo paraguas, pero que realmente cada uno vende lo suyo, no hay una preocupación por el conjunto. Entiende que habría que empezar desde abajo, desde la base, para lograr esta visión global.

- ██████████, agente de Cederna-Garalur

Insiste en la idea de la necesidad de instrumentalizar algo en la zona que permita desarrollar recursos, fórmulas de gestión en un lugar sin posibilidades actuales de recursos humanos.

- Juan Requejo

Insiste en el destino Navarra, pero explica cómo medida interesante que contempla el Plan en este sentido, en la necesidad de que los operadores conozcan al resto de operadores, que ellos mismos sean prescriptores de otros territorios.

Habla del esfuerzo necesario en la estructuración del territorio, en la previsión, dentro del plan, de los planes comarcales de turismo, planes comarcales que deben estar enmarcados en el plan general.

- [REDACTED], hípica Arbaiun

Entusiasta de la idea de la transversalidad, del trabajo en común, de la calidad percibida en torno al producto, cuenta su experiencia en Alemania, una zona también un tanto deprimida entre Bon y Colonia, de propuestas de una semana a caballo en la que está establecido ya un protocolo concreto, previsto el transporte de equipajes, contacto directo con los anfitriones en los establecimientos... Añade que en Europa hay unos 600.000 habituales del caballo, de ellos un 80% mujeres. Entiende que con sólo una pequeña cuota de mercado que se consiguiese atraer estaría bien. Abunda en la necesidad de entendimiento, difícil en la zona hasta el momento, en la necesidad de ser más cordiales con los demás.

- Juan Requejo, consultor

Retoma la idea del plan e insiste en que se busca un cliente nuevo con capacidad de gasto toda vez que lo que se necesita es desarrollar zona, generar empleo y lograr que se pueda vivir del turismo más allá de los 60 días al año actuales.

[REDACTED]

Explica el ejemplo del Sur de Francia, el proceso de "involución" que se ha dado y la vuelta al mundo rural que se ha impulsado y logrado a través de diversas medidas, pero sobre todo facilitando y abriendo posibilidades de comercialización de productos, fiscales, etc., que no existen en Navarra.

Insiste también en la necesidad de que cada uno mire más allá de sus intereses particulares.

- Juan Requejo

Retoma la explicación de la figura de las UGET que plantea el plan, de las funciones que conllevaría para el desarrollo de zona dentro de la estrategia de Navarra.

[REDACTED]

Pregunta por la sostenibilidad de estas figuras y entiende que el hecho de que se planteen 5 ó 6 tiene que ver con esta misma sostenibilidad, si bien se va a trabajar en zonas extensas, dispersas y variadas (juntos Luzaide y Sangüesa). Lo considera positivo, necesario pero complicado de montar.

[REDACTED]

Entiende que en algunas zonas de Navarra quizás el Turismo no es esencial, tienen otras posibilidades, pero en su zona es posiblemente la única posibilidad que existe. Insiste en la necesidad de articular proyectos comunes que se apoyen desde la administración.

- Juan Requejo

Abundando en la idea de que los recursos son limitados aclara que en las zonas, en la planificación comarcal, habrá que tomar decisiones y elegir de entre todas las posibilidades, aquellos recursos que sean más rentables y sobre los que concentrar esfuerzos. Incide en la idea de que el plan no es algo impuesto o una promesa ajena, sino un contrato entre todos los actores necesarios que deben ponerse de acuerdo.

Respecto a la idea de las UGET que más cuestiones plantea insiste en que deberán ser figuras público-privadas.

- Assunta Recarte

Pregunta qué diferencia hay entre las UGET y los consorcios. No termina de entender la figura ni en qué lugar quedarían entidades como Tierras de Javier o Tierras de Iruzu.

- Juan Requejo

Aclara cuál sería el papel de las UGET, básicamente tienen en común con los Consorcios el tipo de figura público-privada, pero con funciones ya previamente delimitadas y acordadas con Turismo, con una planificación de trabajo en zona y funciones de desarrollo más que funciones propiamente de promoción. Asociaciones, Consorcios o entidades que quieran dirigirse a otros mercados o desarrollar proyectos locales indudablemente podrán hacerlo, pero los esfuerzos de la administración se centrarán principalmente en la estrategia común, no en la particular.

- Maitena Ezkutari

Aclara o desarrolla la idea de que esto es un proyecto a 7 años, es estructural y el cambio será paulatino, pero sí se plantea los dos primeros años de especial trabajo, con necesidad de una apuesta de Gobierno firme, también presupuestaria, para marcar el camino.

Observa que no hay demasiada gente en la presentación, quizás porque se deberían acercar más a las zonas, pero en todo caso se pregunta cómo puede ilusionarse a la gente que no se encuentra en la reunión.

■ Resumen comentarios con incidencia en el plan o susceptibles de ser respondidos dentro del plan

- ✓ Apuesta por nuevos mercados/ mercados actuales (realmente se plantean dudas pero tampoco se cuestiona).

INFORME DE PARTICIPACIÓN



- ✓ Figura UGET (realmente se plantean dudas pero no se cuestionan, más bien al contrario).
- ✓ Navarra-Pamplona (no ha generado debate, se entiende o no preocupa).

1.1.2. Jornada de presentación del Plan Estratégico de Turismo en Tudela

■ Lugar y Fecha:

- **Lugar:** Ciudad Agroalimentaria de Tudela.
- **Día:** 25 de mayo de 2017

Acta de la sesión

■ Ponentes:

- ✓ Maitena Ezkutari Artieda. Directora General de Turismo y Comercio.
- ✓ Juan Requejo, consultor de AT Clave.

■ Acompañantes:

- ✓ Iñaki Martínez de Virgala, Director del Servicio de Marketing Turístico.
- ✓ Margari Cueli Erize, Directora del Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y del Comercio.

■ Asistentes:

Nombre	Entidad
[REDACTED]	Concejal del Ayuntamiento de Tudela
[REDACTED]	Consortio Eder
[REDACTED]	Consortio Eder
[REDACTED]	Apartamentos Iribarren
[REDACTED]	Concejal del Ayuntamiento de Tudela
[REDACTED]	Alcalde del Ayuntamiento de Castejón
[REDACTED]	Concejal del Ayuntamiento de Castejón
[REDACTED]	Apartamentos San Roque
[REDACTED]	Casa rural Angelita
[REDACTED]	Compañía de guías de las Bardenas
[REDACTED]	Sendaviva
[REDACTED]	Bardenas Reales
[REDACTED]	técnica de turismo del ayuntamiento de

	Tudela
██████████	Alcalde del Ayuntamiento de Tudela
██████████	Particular

■ Presentación del plan:

En primer lugar Maitena Ezkutari agradece a los presentes la presencia e informa de que se ha convocado esta presentación en la Ciudad Agroalimentaria con la intención de facilitar al resto de la Ribera, incluso a la zona Media el acceso y de ofrecer una zona sin problemas de aparcamiento. Se recoge la propuesta del Consorcio Eder de utilizar sus locales para otras ocasiones.

Se recuerda que el Plan **Estratégico de Turismo 2017-2015** está colgado en Gobierno Abierto hasta el 31 de mayo, que se pueden hacer aportaciones por escrito además de las que se recojan en esta sesión. Añade que es un buen momento para sentar las bases a futuro ya que se está realizando el Plan Estratégico de la Ribera, que debería ir alineado con la estrategia general de Navarra. Aprovecha para disculpar la presencia en la reunión que se celebra por la tarde al tener otro compromiso previo con la presentación del Plan en Lumbier. No obstante se compromete a participar en la mesa sectorial de Turismo.

Seguidamente Maitena Ezkutari y Juan Requejo, a turnos, realizan una presentación de los aspectos principales que recogen el plan de turismo. Resumidamente trasladan las siguientes ideas:

- ✓ Es un documento que sale como resultado de un proceso participativo intenso con reuniones con personal técnico de Turismo y otros departamentos, entrevistas con agentes públicos y privados, grupos de trabajo territoriales y de segmentos, conferencia, etc.
- ✓ El documento recoge un glosario que pretende aclarar conceptos, entre ellos la diferencia entre recurso y producto.
- ✓ Se hace un repaso al diagnóstico y al apartado DAFO. Se incide en el potencial existente no aprovechado, pero en la necesidad de que los productos que se creen estén dirigidos a segmentos concretos previamente conocidos.
- ✓ Aclara el término "demanda" (turistas que vienen pero también los que no lo hacen y podrían) y la confusión con "afluencia" (turistas que sí vienen), insistiendo en la diferencia entre la afluencia actual, que principalmente es un cliente de proximidad (estatal + sur de Francia), que realizan 1 viaje largo y puentes (supone alrededor de 60 días de ocupación anual), y el cliente potencial, al que hay que buscar, conocer, dirigir nuestros esfuerzos para lograr aumentar la ocupación en el tiempo, ampliando a primavera y otoño.

- ✓ Destaca los segmentos que forman parte del estudio y que han sido objeto de estudio:
 - Básicos: rural-naturaleza (claro y evidente), cultural (no muy claro en la actualidad) y reuniones/eventos (actualmente poco rentable).
 - Básicos de la industria del viaje: salud, formación especializada, viajes de negocio.
 - Específicos: Camino de Santiago, senderismo, escapadas de fin de semana, gastronomía de base local (más importante en la Ribera que en el montaña), familiar.
- ✓ Como continuación del diagnóstico resalta algunos de los problemas como son la escasa accesibilidad exterior y se informa de los avances para mejorar la conectividad aérea, o la complejidad de la estructuración del sector.
- ✓ Destaca positivamente aspectos como la “sociabilidad”, entendiendo por tal la posibilidades que tiene el turista de relación y conocimiento de nuestra sociedad a través de sus fiestas, eventos,..
- ✓ Se presentan los retos y objetivos del plan y se incide en que es un plan ambicioso y necesariamente a más largo plazo que 2017-2020.
- ✓ Extractan algunas de las palancas del plan, formación imprescindible, creación de una red de acogida, y de algunas herramientas necesarias como la creación de una empresa pública y las UGET, Unidades De Gestión de los Espacios Turísticos.

■ Comentarios, sugerencias y aportaciones

- [REDACTED], alcalde de Tudela

Agradece la presentación y el trabajo realizado pero plantea las siguientes dudas:

- Entidad instrumental prevista en el plan.
- Inteligencia de mercados, menciona el programa de innovación.
- Pág. 14: pone en cuestión el hecho de que en una estrategia general se utilice un caso particular (fidelizar a través de la película de la Trilogía de Baztán). Recomienda, si es necesario, utilizar más de un ejemplo.
- Propone e incide en el tema de la gastronomía y la formación en la Ribera.

Realiza una crítica de fondo, el riesgo “brutal”, considera, de utilizar como marca Navarra-Pamplona (pág. 34. Medida 4.101) toda vez que la imagen actual de Pamplona está relacionada principalmente con San Fermín y entiende que es más negativa que positiva. Entiende que es peligroso no sólo por la fuerza de los

lobbies animalistas si no por la imagen que se proyecta y se conoce de San Fermín como lugar de desfase.

- Maitena Ezkutari

Informa del estudio que se ha realizado en Pamplona en torno a San Fermín y el planteamiento que se tiene, el trabajo que se pretende realizar para intentar dar la vuelta a esta imagen negativa que se traslada.

- Iñaki Martínez de Virgala

Apunta que ciertamente hay turoperadores que programaban San Fermín dentro de su oferta que han dejado de venir.

- [REDACTED] alcalde de Castejón

Se muestra de acuerdo con la necesidad de unir y coordinar el Plan Estratégico de la Ribera que lidera el Consorcio Eder.

Se muestra en desacuerdo con la idea de utilizar la marca Navarra-Pamplona para el extranjero, entiende que el resto de Navarra se quedará sin fomentar.

Propone que la administración proporcione técnicos para trabajar en las zonas, 1 ó 2.

- [REDACTED], Casa Iribarren

Por su parte ve bien la utilización de la marca Navarra-Pamplona como plataforma de lanzamiento si se hace de forma inteligente. Estima que al fin y al cabo en la Ribera también se utiliza Tudela como gancho.

[REDACTED]

Considera en que hay que tener cuidado con los impactos no buscados (menciona el Eccehommo o las consecuencias de pintar "SOTP" en vez de STOP en un cruce en Tudela).

Plantea algunas dudas pero no tanto relacionados con el plan como con cuestiones más generales, indica que Tudela tiene potencialidades pero no las oferta, quizás no demasiada oferta cultura, y habla de los problemas de la "autocomplacencia".

Plantea estructurar estudios de mercado zonales para ofrecer la información más cercana.

- [REDACTED] compañía de las Bardenas

Entiende que "lo que funciona no debe cambiarse" aludiendo a "Navarra, tierra de diversidad".

Cuestiona igualmente la marca Navarra-Pamplona. Indica que también Olite o Tudela reciben muchos turistas.

Le parece apuntar demasiado alto el buscar otro público que el actual y añade que ya son varios los planes en los que ha participado y que este es "más de lo mismo", que se están repitiendo ideas y fórmulas"

- Juan Requejo

Aclara que el hecho de utilizar Navarra-Pamplona en el mercado extranjero no significa que la promoción vaya a ser de Pamplona. No se indica nada de ello en el plan. Los topónimos, en este caso Pamplona, sirven como enganche, como fórmula para crear interés y Pamplona en este caso es un recurso para conseguirlo, una táctica comunicativa. Entiende, en todo caso, que el problema viene en manejar los atributos de un topónimo, en este caso sí incide en la necesidad de manejar los atributos negativos del topónimo Pamplona.

- [REDACTED], Senda Viva

En relación con los topónimos, entiende que también se utiliza como reclamo Senda Viva, que los atributos de los topónimos son cambiables. Pamplona puede ser un reclamo en el público internacional que sirva para atraerlo y luego ya es necesario trabajar en zona para distribuirlo por el territorio.

Contesta a Rafael indicando que entiende que sí que existe un patrimonio cultural, pero que hay que competir en lo que nos diferencia (en relación con comentarios sobre catedral de Sevilla, catedral de Tudela)

Entiende que el enfoque del plan es acertado. Añade que en cualquier caso crear producto es muy difícil y que es imprescindible la colaboración entre las empresas, colaboración que a día de hoy no existe. Senda Viva tiene su propio receptivo justamente por la dificultad de encontrar colaboradores, han tenido que plantearse directamente.

- [REDACTED], Consorcio EDER

Considera necesario "incidir en a qué mercado nos dirigimos". El Plan está centrado en el mercado europeo, es fundamental saber a quién queremos atraer y conocer los límites. Entiende que esta es una deficiencia del plan, no se establecen límites y el objetivo de 650.000 pernoctaciones le parece excesivo (para garantizar la "sostenibilidad")

No le queda tampoco claro cómo queda todo este plan integrado en la S3.

Entiende igualmente que la estructura a nivel territorial tiene un problema (no explica o detalla cuál entiende que es el problema) y entiende fundamental el diálogo entre administraciones.

Añade que puede haber productos entre regiones y pone el ejemplo del proyecto gastronómico que presentaron a POCTEFA.

- [REDACTED], concejal de Tudela

Se muestra escéptico con el Plan de Internacionalización. Entiende que no estamos preparados, que todavía no toca, que 2025 es un plazo muy corto para conseguirlo. Entiende además que sería necesario un acuerdo político para que esto saliera adelante.

Abunda en la necesidad de ser más prosaicos, más cautos y realistas y trabajar en cosas más concretas.

- [REDACTED], técnica de turismo del Ayuntamiento de Tudela

Considera que Navarra-Pamplona sí puede ser positivo. Considera también que se puede seguir incidiendo en el público nacional, no comparte que no tenga más posibilidades de desarrollo.

A la crítica de Rafael Iza sobre la atención deficitaria en algunos recursos contesta que entiende que en general se atiende correctamente.

- [REDACTED], Bardenas Reales

Indica la necesidad de abundar en lo que nos une. Incide en el tema de la formación, bastante deficitaria (en su caso lo concreta aludiendo a los guías de Bardenas) e incide en la necesidad de analizar las empresas.

Añade que en el caso de Bardenas el público extranjero predomina sobre el español. Apostilla que "no hay que ser localistas".

- [REDACTED] Alcalde de Tudela

Pide una ampliación del plazo de exposición pública del plan en el portal para poder incorporar el de la Ribera (dos reuniones de trabajo planteadas en junio)

Solicita quitar el mapa de la pág. 57 (mapa de la reforma local 2017) e introducir el de los POT.

Solicita utilizar como vectores las verduras y las Bardenas.

Insiste en Navarra-Pamplona y el peligro que supone

- Juan Requejo

Aclara algunos puntos, entre ellos expone el tema de la conectividad aérea y los Hub, (trabajo muy delicado que se está haciendo actualmente, que los contactos realizados con Lufthansa son positivos pero que no se ha concretado el mercado porque dependerá del Hub con el que finalmente se opere), trata de la gastronomía como base territorial en la Ribera. Añade que hay una medida concreta para la Ribera que recoge el potencial de crear productos de gastronomía con regiones próximas. En cuanto a los problemas de sostenibilidad no habría problema ya que se trata de repartir el aumento de viajeros europeos entre los meses de temporada baja y media.

- Maitena Ezkutari

Apunta y aclara algunos aspectos que han salido a lo largo de los comentarios. En respuesta a Abel le comenta que en los objetivos se encuentra uno que busca consolidar al mercado de proximidad pero que destaca que hay que incidir en nichos que viajan en primavera y otoño. Que el trabajo interdepartamental y la colaboración entre administraciones es fundamental en este plan. Menciona el trabajo a realizar en Camino de Santiago, Cuenta Satélite.

- ██████ Consorcio

Indica que se presenta ese mismo día el plan de trabajo para el Plan estratégico de Ribera y que habrá sesiones de trabajo los días 13 y 20. Pregunta si participará GN.

Maitena le responde afirmativamente y vuelve a recordar que no pueden acudir a la tarde por encontrarse en Lumbier todo el equipo directivo.

■ Resumen comentarios con incidencia en el plan o susceptibles de ser respondidos dentro del plan

- ✓ Navarra-Pamplona
- ✓ Apuesta por nuevos mercados/mercados actuales

1.1.3. Jornada de presentación del Plan Estratégico de Turismo en Bertiz

■ Lugar y Fecha:

- **Lugar:** Palacio del Señorío de Bertiz.
- **Día:** 29 de mayo de 2017

Acta de la sesión

■ Ponentes:

- ✓ Maitena Ezkutari Artieda. Directora General de Turismo y Comercio.
- ✓ Juan Requejo, consultor de AT Clave.

■ Acompañantes:

- ✓ Iñaki Martínez de Virgala, Director del Servicio de Marketing Turístico.
- ✓ Margari Cueli Erize, Directora del Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y del Comercio.

■ Asistentes:

Nombre	Entidad
[REDACTED]	Zugarramurdiko Garapena (gestora cuevas y museo)
[REDACTED]	Baztan-Bidasoa Turismoa
[REDACTED]	Baztan-Bidasoa Turismoa
[REDACTED]	Presidenta de Cederna-Garalur
[REDACTED]	Fuente Hermosa Landa Etxea
[REDACTED]	Gerente de Consorcio Plazaola
[REDACTED]	Lursarea (Nasuvinsa)
[REDACTED]	Lursarea (Nasuvinsa)
[REDACTED]	Agente Cederna-Garalur (Erro-Esteribar-Aezkoa)
[REDACTED]	Gainko Borda Landetxea
[REDACTED]	Arantza Hotela

Nombre	Entidad
[REDACTED]	Dantxarinea Elkartea
[REDACTED]	BKZ- Navarra Aventura
[REDACTED]	Atxaspi Hotela and Film
[REDACTED]	Hípica Ordoki
[REDACTED]	Hípica Ordoki

■ Presentación del plan:

En primer lugar Maitena Ezkutari realiza una presentación en euskera y castellano y agradece a los presentes la presencia.

Se recuerda que el Plan Estratégico de Turismo 2017-2015 está colgado en Gobierno Abierto hasta el 31 de mayo, que se pueden hacer aportaciones por escrito además de las que se recojan en esta sesión.

Seguidamente Maitena Ezkutari y Juan Requejo, a turnos, realizan una presentación de los aspectos principales que recogen el plan de turismo y que plasman en el "resumen ejecutivo": diagnóstico, objetivos, estrategia y gestión del plan

Trasladan, entre otras, las siguientes ideas:

- ✓ Es un documento que sale como resultado de un proceso participativo intenso con reuniones con personal técnico de Turismo y otros departamentos, entrevistas con agentes públicos y privados, grupos de trabajo territoriales y de segmentos, conferencia, etc.
- ✓ El documento recoge un glosario que pretende aclarar conceptos, entre ellos la diferencia entre recurso y producto.
- ✓ Se hace un repaso al diagnóstico y al apartado DAFO. Se incide en el potencial existente no aprovechado, pero en la necesidad de que los productos que se creen estén dirigidos a segmentos concretos previamente conocidos.
- ✓ Aclara el término "demanda" (turistas que vienen pero también los que no hacen y podrían) y la confusión con "afluencia" (turistas que sí vienen), insistiendo en la diferencia entre la afluencia actual, que principalmente es un cliente de proximidad (estatal + sur de Francia), que realizan 1 viaje largo y puentes (supone alrededor de 60 días de ocupación anual), y el cliente potencial, al que hay que buscar, conocer, dirigir nuestros esfuerzos para lograr aumentar la ocupación en el tiempo, ampliando a primavera y otoño.

- ✓ Destaca los segmentos que forman parte del estudio y que han sido objeto de estudio:
 - Básicos: rural-naturaleza (claro y evidente), cultural (no muy claro en la actualidad) y reuniones/eventos (actualmente poco rentable).
 - Básicos de la industria del viaje: salud, formación especializada, viajes de negocio.
 - Específicos: Camino de Santiago, senderismo, escapadas de fin de semana, gastronomía de base local (más importante en la Ribera que en el montaña), familiar.
- ✓ Como continuación del diagnóstico resalta algunos de los problemas como son la escasa accesibilidad exterior y se informa de los avances para mejorar la conectividad aérea, o la complejidad de la estructuración del sector.
- ✓ Destaca positivamente aspectos como la "sociabilidad", entendiendo por tal la posibilidad que tiene el turista de relación y conocimiento de nuestra sociedad a través de sus fiestas, eventos, etc.
- ✓ Se presentan los retos y objetivos del plan y se incide en que es un plan ambicioso y necesariamente a más largo plazo que 2017-2020.
- ✓ Extractan algunas de las palancas del plan, formación imprescindible, creación de una red de acogida, y de algunas herramientas necesarias como la creación de una empresa pública y las UGET (unidades de gestión de los espacios turísticos que se encargarían de la gestión de los mismos, de la señalización, recursos turísticos, atención al turista, formación o calendario de eventos).
- ✓ Se incide en que es un Plan Estratégico, no de ordenación. Diferencia entre las estrategias comarcales (promoción y desarrollo de producto para mercado cercanos) y la global (para un Alemán, o un Europeo Baztan y Bardenas forman parte del mismo viaje, no los diferencia). El mercado de alcance el destino es Navarra (ahora no existe este destino, está fragmentado, comercializado).

■ Comentarios, sugerencias y aportaciones

██████████

Entiende que el plan es un tanto utópico. Pregunta cómo se va a llevar a cabo.

- Maitena

Entra en las herramientas de gestión del plan. Aclara que es necesario un cambio en la estructura y habla de la previsión de la creación de una Empresa Pública y

de las Unidades de Gestión Turísticas. Estima en todo caso, que estamos en un proceso de debate y analizando la propuesta y las posibilidades de desarrollarlas.

- [REDACTED]

Entiende que el mapa local es competencia de las entidades locales, y pregunta por la interrelación entre los planes.

- Maitena Ezkutari

Aclara que de las 12 zonas que prevé el mapa local, en nuestro caso se reducirían a 5 ó 6 a lo sumo, que sería necesario unificar. No está todavía totalmente definido, dependemos primeramente de ese mapa local y posteriormente de concretar cómo se lleva a cabo en cada unidad.

- Juan Requejo

Añade que se necesita de un tamaño mínimo para ser eficaces y aclara la función que se les atribuye a las UGET en el plan: selección de recursos (para mantenerlos en estado de revista), identificar las acciones de mejora en materia de señalización, interpretación, planificación (Plan comarcal), calendario de eventos, formación, información y red de acogida.

Serían público-privadas forzosamente. Se aclara que se trata de un contrato-programa, el plan es el contrato y cada uno dice y se compromete a hacer lo que dice.

Se abre una ronda de aportaciones o comentarios ordenada.

- [REDACTED] Zugarramurdiko Garapena (gestores cuevas y museo).

Plan ilusionante. Temas confluyentes con P. E de Cultura. Le llama la atención positivamente el tema de la sociabilidad.

- [REDACTED] Agente Cederna-Garalur (Erro-Esteribar- Aezkoa)

Es un reto y es necesario considerarlo como estratégico. Confirma la idea que se traslada de que en la actualidad cada agente va por su lado.

- [REDACTED] GAinko Borda Landetxea

Indica en que antes también se hizo un plan, que no sabe cómo quedó. Le llama la atención la figura e idea de la UGET y en principio le parece necesaria.

- [REDACTED] Lursarea (Nasuvinsa)

Considera necesario tratar el tema de la UGET en territorio.

- [REDACTED]. Lursarea (Nasuvinsa)

Muchos años trabajando en distintos planes. La dificultad mayor es bajar a territorio y trabajar en conjunto. Pendiente el trabajo en Gobernanza, poner en la bandeja lo que une en vez del "pero", encontrar los puntos de interés comunes.

- [REDACTED]. Gerente de Consorcio Plazaola

Valora positivamente la articulación territorial pero ve la necesidad de dotarla de presupuesto. Importante y necesario prestigiar el turismo y evitar la "turismofobia" que está empezando a percibirse. Entiende que el excursionismo también aporta pero que hay que ordenarlo. Muestra sus dudas del "hub" sobre el que se está trabajando, pero en todo caso existen otros aeropuertos.

- [REDACTED]. Arantza Hotela

Ve igualmente la mayor dificultad en lograr crear las UGET, en encontrar aquello que nos une, en ponernos de acuerdo.

En formación habla de la necesidad de acercarse a zona, desplazarse siempre a Pamplona supone un gran esfuerzo.

- [REDACTED]. Hípica Ordoki

Trata de la asociación que se ha creado, ANATRE, del producto que tienen creado pero que no tienen a quién venderlo. Muestra sus dudas respecto del turismo alemán, no ve claro que tengamos capacidad de llegar a él.

- [REDACTED]. BKZ- Navarra Abentura

Incide igualmente en que se trabaja más individualmente que como colectivos, no hay relación entre empresas.

Trata de algunos problemas más particulares. Habla de la catalogación de empresas de actividades en las que se está trabajando con Deporte, y trata el problema de la señalización.

- [REDACTED]. Atxaspi Hotela and Film

Ve una oportunidad en el Plan, pero también considera que la gente está "quemada". Ve necesario un liderazgo claro, alguien que sea capaz de integrar y crear algo nuevo. Ve necesarias las UGET, la necesidad de que estén compuestas por entidades públicas y privadas y tiene clara la idea de "destino".

- [REDACTED]. DantxarineaElkartea

Considera que reciben ya el turista del que se habla, el que busca experiencias.

- [REDACTED]. Fuente hermosa Landa Etxea

Incide igualmente en la necesaria coordinación entre todos y en la importancia del turismo.

- [REDACTED]. Baztan-Bidasoa Turismoa

El turismo es un sector atomizado. Incide en la importancia del esfuerzo en común, pero también considera que es lo más complicado. Incide igualmente en la "calidad", entiende que hacemos un llamamiento y nos ofrecemos genéricamente pero que no estamos preparados.

- [REDACTED]. Presidenta de Cederna- Garalur

Incide en la estructuración y en la formación. Entiende que también a nivel de Gobierno debe haber una alineación y que es importante no repetir errores del pasado.

- [REDACTED]: Baztan-Bidasoa Turismoa

Observa la necesidad de ilusionar nuevamente, "todos queremos hacer algo pero nadie empieza". Habla de cómo se ha llegado a esta situación.

[REDACTED]

Aporta problemas personales no relacionados con el plan.

- Juan Requejo

Incide en la construcción colectiva del plan. En organizar encuentros entre actores para que se conozca y se pueda hacer de prescriptor. Supondría un cambio social y de mentalidad.

Insiste en la necesaria cooperación interadministrativa y que la dimensión de Navarra lo facilita. Igualmente en el papel del turismo en intentar evitar la despoblación. Trata igualmente el problema de la cooperación tanto en entidades públicas como privadas y en la necesidad de liderazgo.

Habla de que el tema del excursionismo es necesario tratarlo dentro de los planes comarcales, es el territorio quien debe plantear las medidas para resolverlo. Es una fuente de ingresos pero también de congestión.

[REDACTED]

Abunda en la idea que ya se ha trasladado, que la gente antepone sus intereses particulares frente a los comunes. Cuenta en todo caso con la experiencia que están teniendo ahora con la “ley de museos” de la que va a salir en breve una nueva asociación para la colaboración en materia de cultura y con la UNAV.

■ Resumen comentarios con incidencia en el plan o susceptibles de ser respondidos dentro del plan

- ✓ UGET, necesidad de trabajarlas en y con las zonas.
- ✓ Problemas de coordinación y trabajo en común.
- ✓ Apertura difícil a otros mercados, cierto escepticismo

1.1.4. Jornada de presentación del Plan Estratégico de Turismo en Pamplona

■ Lugar y Fecha:

- **Lugar:** Edificio INAP. Pamplona.
- **Día:** 29 de mayo de 2017

Acta de la sesión

■ Ponentes:

- ✓ Maitena Ezkutari Artieda. Directora General de Turismo y Comercio.
- ✓ Juan Requejo, consultor de AT Clave.

■ Acompañantes:

- ✓ Iñaki Martínez de Virgala, Director del Servicio de Marketing Turístico.
- ✓ Margari Cueli Erize, Directora del Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y del Comercio.

■ Asistentes:

Nombre	Entidad
[REDACTED]	Hostal Gartxenia
[REDACTED]	ANAPEH
[REDACTED]	Guide de Navarre
[REDACTED]	Casa Iriarte
[REDACTED]	OvertrailsIncoming
[REDACTED]	Mirua Actividades Naturaleza
[REDACTED]	SakanakoGarapenAgentzia
[REDACTED]	Asociación Casco Antiguo
[REDACTED]	AEHN
[REDACTED]	AT. Center Pamplona Apartaments
[REDACTED]	Hotel Maisonnave
[REDACTED]	Hotel Maisonnave

Nombre	Entidad
[REDACTED]	Ayuntamiento de Pamplona
[REDACTED]	Museo de la Catedral
[REDACTED]	Hear of Pamplona
[REDACTED]	Basojaun
[REDACTED]	Asociación Restaurantes del Reyno
[REDACTED]	Apartamentos Ayla
[REDACTED]	Enjoy Pamplona
[REDACTED]	Navarra Adentro
[REDACTED]	Consortio Zona Media
[REDACTED]	Guiarte Servicios Turísticos
[REDACTED]	Guiarte Servicios Turísticos
[REDACTED]	Casa Baleztana / Ayto. Lantz
[REDACTED]	Infotactile
[REDACTED]	Iruñazarra
[REDACTED]	Hostal Arostegui
[REDACTED]	Hostal Huartearena
[REDACTED]	Korolevstvo Navarra
[REDACTED]	Asociación Estemblo (Acedo)
[REDACTED]	Entrevinos

■ Presentación del plan:

Como en ocasiones anteriores se procede a hacer la presentación del Plan Estratégico de Turismo siendo el contenido el mismo que en el resto de sesiones celebradas.

■ Comentarios, sugerencias y aportaciones

- [REDACTED] Hostal Gartxenia

Muestra o piensa que puede haber una cierta suspicacia por la idea de la creación de una empresa pública y por las UGET (entiende que forman parte de la empresa pública). Entiende que las UGET deben estar participadas por la empresa privada.

Introduce, de paso, una reivindicación ya conocida respecto a la señalización.

- Maitena Ezkutari

Aclara nuevamente que las UGET estarían constituidas por entidades públicas y privadas y apunta el apartado del plan en el que se describe esta cuestión.

- Juan Requejo

Repite la idea de las UGET, de la composición de las mismas, agrupación de varias comarcas, de que es una organización para gestionar espacios turísticos, no para crear distintos destinos, el destino es 1, Navarra (Navarra-Pamplona).

██████████

Pregunta si se ha contemplado definir mercados potenciales concretos.

- Juan Requejo

Aclara que el Plan es un Plan estratégico, con una visión más completa, no descende a estos apartados. Indica que se tendrán que redactar los planes operativos, y así lo prevé el Plan. Son operativos a 3 años que van revisándose.

Recuerda también el tema de la necesaria conectividad aérea para que este plan pueda desarrollarse.

- Maitena Ezkutari

Aporta la información transmitida en Mesa de Directores Generales del Plan del Estado que tiene como foco el "turismo cosmopolita", idea que se recoge también en nuestro plan. El Estado también plantea la concentración de esfuerzos en determinados segmentos previamente identificados.

██████████

Al respecto de la idea trasladada de que en Navarra hasta el turista que se aloja en Pamplona hace un turismo rural, entiende o plantea que sería más conveniente la especialización. El turista de Pamplona, perfecto, pero el rural que se aloje en el medio rural.

Le preocupa igualmente el tema de la empresa pública y las UGET. Le gustaría una mayor concreción.

- Juan Requejo

Trata del programa previsto también en el Plan de la "Inteligencia de mercados", y de la necesidad de que Gobierno de Navarra incremente la capacidad de conocimiento de lo que está pasando y puede para, conocer los patrones de conducta de mercados, español o extranjero.

Incide en la aportación, dentro de una política territorial, del turismo como factor que ayude a evitar la despoblación, y para ello es necesario que las pernoctaciones se realicen en territorio, pero indica que no es incompatible esta cuestión con el que en determinados productos se trabaje el turismo rural desde Pamplona. Pamplona es un entorno urbano pero con dimensiones rurales.

Respecto de las UGET, aclara nuevamente el papel que tienen las mismas en el plan (plan de comarca, gestión del destino coordinada, contrato-programa donde cada uno adquiere un compromiso, público-privado), habla de los nuevos modelos de gestión que se están creando, las D.M.O (Destination Management Organization)

[REDACTED]

Felicita a los redactores pero realiza varias aportaciones

Entiende que un plan debe servir para mejorar la vida de la gente, se traslada a los años 85-90, inicios del turismo en Navarra y el slogan "Navarra, un pequeño continente", slogan e idea arrogante pero necesaria. Indica que la diversidad es imposible de vender, se lanza esta idea pero luego se centra en una cuestión.

En relación a la marca, indica que debe servir para que se capte mejor al público, pero que los emisores también deben sentirse a gusto (duda de la marca Navarra-Pamplona y de que la gente se sienta identificada con ella).

En relación a la empresa pública, plantea que los procedimientos para la contratación son igualmente lentos y costosos por lo que duda de su eficacia.

[REDACTED]

La preocupación es el "mientras tanto ¿qué?", en tanto todos los efectos de la puesta en marcha se vean, que considera que son a largo plazo, ¿qué se propone hacer?

Pregunta también dónde se ha quedado el plan anterior.

- Juan Requejo

En torno a la marca Navarra-Pamplona entiende que hay un lógico debate toda vez que las emociones se movilizan, a veces sin la necesaria lejanía para valorarlo debidamente. Insiste en que la utilización de Pamplona no significa, y no se plantea en ningún momento en el plan, que la promoción lo sea sobre Pamplona, el topónimo es el reclamo.

Respecto de la empresa pública aclara que la ley no dice que sean iguales a la administración, si no que tienen que utilizar los mismos principios. La diferencia

radica en cuándo se opera dentro de un régimen administrativo y cuándo en el mercado. En turismo, en muchas cuestiones, se opera en el mercado, y la rigidez administrativa no está pensada para operar en los mercados.

- Maitena Ezkutari

Se está trabajando en el día a día a la par que en la planificación, es necesario, también reorientando acciones del plan anterior (nombre la experiencia del trabajo conjunto con las empresas para la oferta de paseos). Habla igualmente de que se ha iniciado las acciones de licitación para la "cuenta satélite", dentro de la medida de "inteligencia de mercados" y en la necesidad detectada de mejorar en datos para aprender del comportamiento de la actividad turística. Menciona igualmente el congreso de noviembre y el convenio con la OMT en materia de medición de la sostenibilidad, la previsión de volver a convocar a la Mesa de Camino de Santiago, el trabajo que se está realizando en materia de accesibilidad.

██████████

¿Se verá pronto una mesa en la que esté sentado Cultura y Turismo?

Plantea cuestiones que no está claro que estén relacionadas con el plan, detalles que temas que no se terminan de entender.

- Maitena y Juan

Se reitera el proceso seguido en la elaboración del plan y las diferentes reuniones tanto con Medio Ambiente, como con Cultura y otros departamentos.

██████████

Desarrolla algunas ideas de las trasladadas con respecto a la empresa pública, si se prevé la participación de la empresa privada. Pregunta por la oficina técnica del plan y por las funciones que se le atribuirán, entendiendo que no entrarían la regulación, fomento o la administración ordinaria.

Se centra en un problema concreto relacionado con el club de producto Birding del que forma parte

- Maitena

En relación a la empresa pública y la oficina técnica aclara lo establecido en el plan, pero recuerda que esto es un borrador y que se está analizando y estudiando cómo llevar a cabo lo previsto.

Respecto a los clubes, aparecen en el plan y se prevé impulsarlos.

- Juan Requejo

Abundando en el tema indica que hay previstas tres líneas de creación de productos, clubes de producto (implica la redacción de un manual de producto), clúster y los empaquetadores (receptivos o en origen)

[REDACTED]

Habla del proyecto que vienen impulsando en Artajona en relación con el Camino de Caravaca, actualmente desconocido pero con muchas posibilidades y la intención de convertirlo en un nuevo Camino Santiago. Habla del trabajo realizado a través de reuniones con ayuntamientos, y de los problemas de coordinación, la mala señalización y la impresión que se tiene desde fuera.

- Juan Requejo

Reconoce que no sitúa este camino en Navarra y que lo tendrá en cuenta.

[REDACTED]

Felicita por algunos aspectos del plan o de las actuaciones del Departamento pero también observa distintas mentalidades.

[REDACTED]

Echa en falta una presentación en Zona Media.

■ Resumen comentarios con incidencia en el plan o susceptibles de ser respondidos dentro del plan

- ✓ Empresa pública.
- ✓ UGET.
- ✓ Marca.
- ✓ Velocidad de implantación, pasos intermedios.

1.1.5. Jornada de presentación del Plan Estratégico de Turismo en Estella

■ Lugar y Fecha:

- **Lugar:** Centro Tecnológico Miguel de Eguía. Estella.
- **Día:** 30 de mayo de 2017

Acta de la sesión

■ Ponentes:

- ✓ Maitena Ezkutari Artieda. Directora General de Turismo y Comercio.
- ✓ Juan Requejo, consultor de AT Clave.

■ Acompañantes:

- ✓ Iñaki Martínez de Virgala, Director del Servicio de Marketing Turístico.
- ✓ Margari Cueli Erize, Directora del Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y del Comercio.

■ Asistentes:

Nombre	Entidad
[REDACTED]	AHRN-Recrea, Consorcio Tierras de Javier, Hotel Rural
[REDACTED]	Concejala de Lapoblación
[REDACTED]	Walknature
[REDACTED]	CR Urbasa
[REDACTED]	Camping Acedo
[REDACTED]	Consorcio Turístico Tierra Estella, Cara Rural Landa
[REDACTED]	Albergue la casa mágica
[REDACTED]	Asociación TEDER
[REDACTED]	Asociación TEDER
[REDACTED]	Asociación TEDER

Nombre	Entidad
[REDACTED]	CR Txandía. Asociación CR. Tierra Estella
[REDACTED]	CR Basaula
[REDACTED]	Ayuntamiento Deierri, Camping Aritzaleku
[REDACTED]	Asociación Hostelería
[REDACTED]	Asociación Hostelería-comercio Estella-Lizarra
[REDACTED]	Consortio de Desarrollo de Zona Media
[REDACTED]	Consortio Zona Media

■ Presentación del plan:

Al igual que en presentaciones anteriores, se exponen los principales temas contenidos en el Plan Estratégico de Turismo procediendo después a la apertura del proceso de comentarios y aportaciones de los asistentes.

■ Comentarios, sugerencias y aportaciones

- [REDACTED]. Camping Acedo

Plantea el tema del excursionismo, sobre todo en ciertos lugares. ¿Podría aprovecharse y cobrar por ejemplo por ver el nacedero?

En esta misma línea Miguel Ángel Landa. Se centran las aportaciones en preocupaciones concretas de la zona, nacedero y embalse de Alloz.

- Juan Requejo

Aclara que temas concretos y de ordenación del espacio turístico no son objeto del plan en su detalle. Ciertamente son aspectos a resolver que tienen que ser analizados dentro de los planes comarcales y desde las UGET.

Insiste en el objeto del Plan, estratégico, de creación de un destino Navarra (dentro), o Navarra-Pamplona (extranjero), en medidas como la que plantea el plan de conseguir un mejor conocimiento de lo que hace el resto dentro del sector y que todo él pueda ser prescriptor, desviando, por ejemplo, los focos de atención a zonas menos concurridas.

Incide en el trabajo que se ha hecho dentro del plan con otros departamentos como Medio Ambiente, vía a seguir para afrontar problemas en zona.

[REDACTED]

Se extraña de la media de pernoctaciones, 2,1 días.

- Juan Requejo

Aclara el trabajo para conseguir una mayor conectividad aérea y lo que supondría.

████████████████████

Plantea sus dudas acerca del mercado alemán y si ya se ha tomado como definitivo, si se ha identificado de alguna manera áreas o países para los que Navarra sea más atractivo o cómo se ha tomado la decisión de dirigirse a este público en concreto.

- Juan Requejo

Insiste en que dependerá del Hub que finalmente se consiga en gran medida. Plantea su convicción en el mercado germano parlante pero sí aclara que se necesitará un cambio puesto que es necesario conocerlos y adaptarse.

- Iñaki Martínez

Aclara que en cualquier caso, una vez se sepa el Hub conseguido la intención es centrar los esfuerzos en vez de dispersarlos.

- ██████████ Ayuntamiento Deierri

Dudas sobre Navarra-PNA, si se va a seguir vendiendo los Sanfermines.

- Maitena Ezkutari

Explica el trabajo que se está coordinando entre Ayuntamiento y Gobierno en torno a los sanfermines y a su imagen fundamentalmente.

████████████████████

Entiende que la finalidad del plan es aumentar la estancia media, el empleo, el gasto medio y muestra su conformidad. Ve, sin embargo, el problema de la implicación de las entidades locales, al menos en su zona, y entiende que hay necesidad de una gran labor de sensibilización.

Tras corroborar el Camping Acedo que son cuestiones que cuestan tiempo.

- Juan Requejo

Añade que existe una medida concreta en el plan de "sensibilización", que, no obstante, habrá que desarrollar un poco más.

[REDACTED]

Trata inicialmente de temas y problemas concretos (nuevamente Urederra, quizás demasiada gente, opiniones que chocan con otros comentarios), pero también plantea, en relación al plan, sus dudas respecto a que estemos preparados para dirigirnos a un público extranjero o de que la previsión y el objetivo de pernoctaciones sea demasiado alto.

- Juan Requejo

Aclara que realmente el objetivo que se plantea es ciertamente discreto, no plantea problemas de saturación en sí mismo.

[REDACTED]

Plantea la necesidad de profundizar en los instrumentos de planificación en territorio, y pregunta por el cronograma de trabajo. Necesitaría conocer en mayor profundidad tanto el planteamiento de la empresa pública como de las UGET o de la oficina del plan. Igualmente plantea cómo son los pasos intermedios.

- Juan Requejo

Indica que en un plan estratégico lo que prima es la decisión de a dónde se quiere ir, y esto es este plan, a partir de esta toma de decisiones se define el cómo. El plan es un plan- proceso que se va alimentando.

- [REDACTED]. Ayuntamiento Deierri

Entiende que faltan las aportaciones de los ayuntamientos, que quizás no se les ha tenido suficientemente en cuenta a la hora de la redacción del plan.

[REDACTED]

Sí entiende que este plan está marcando una estrategia por lo que habrá que concretar aspectos más adelante, pero en todo caso sí piensa que las EELL están interesadas.

Plantea la pregunta sobre qué metodología se va a llevar a cabo para crear las UGET, insiste en que nadie debe quedarse fuera, que todos puedan pensar que forman parte del plan.

■ Resumen comentarios con incidencia en el plan o susceptibles de ser respondidos dentro del plan

- ✓ Empresa pública.
- ✓ UGET.

INFORME DE PARTICIPACIÓN

- ✓ Marca.
- ✓ Velocidad de implantación, pasos intermedios.



1.2. Tratamiento de las aportaciones y sugerencias

Durante el periodo de presentación del Plan en distintas localidades del territorio navarro, se recogieron los comentarios y sugerencias que hicieron los distintos asistentes. Asimismo, en el área de Participación de la web del Gobierno Foral, se habilitó un espacio para dar a conocer el proceso de participación del Plan Estratégico de forma que todos los ciudadanos tuviesen la oportunidad de dejar sus comentarios sobre el Plan con la base documental del mismo que se daba a conocer en la misma web.

A continuación, se muestra cada uno de los comentarios recogidos en el área de Gobierno Abierto en formato de tabla. La celda de contenido muestra el comentario exacto dejado por el ciudadano en la web.

■ Comentario 1

TÍTULO y/o ENTIDAD	Revisión de infraestructuras y puntos de recogida de residuos
CONTENIDO	La revisión de infraestructuras de comunicación, electricidad, agua y puntos de vertido de basuras y residuos que posibiliten un correcto desarrollo de la actividad, carteles indicadores de los municipios, localidades, establecimientos y lugares de interés que ayuden a orientar al visitante y comprender cada comarca. Tal vez una página web como está constante de aportaciones que pueda estudiarse por anualidades y ser visitada, es interesante ver las necesidades del resto del sector y asociaciones.
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	Las aportaciones planteadas son peticiones concretas de carácter local, ciertamente interesantes en algunos casos y susceptibles de ser tenidas en consideración en el proceso de ejecución del Plan, pero no procede su incorporación a un Plan Estratégico. No es objeto de este Plan actuar en lo local ni en la ordenación del espacio turístico, sino plantear unas directrices comunes a todo el territorio navarro que permita el desarrollo y buen funcionamiento del espacio turístico y de las estrategias de conjunto territorial. No obstante, son aspectos a resolver y que deberán ser analizados dentro de los planes comarcales y de las UGET.
TEMA UNIFICADO: Demandas particulares	

■ Comentario 2

TÍTULO y/o ENTIDAD	-Sin datos -
CONTENIDO	¿Qué acciones del plan estratégico se van a llevar adelante? ¿Cuáles de ellas no pueden acometerse con la estructura y funcionamiento actuales -servicio de turismo, consorcios turísticos...?
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	No se plantean aportaciones reales, se plantean dudas en cuanto a la ejecución posterior, lo que no puede ser objeto de integración en un plan.
TEMA UNIFICADO: Varios	

■ Comentario 3

TÍTULO y/o ENTIDAD	Datos por favor
CONTENIDO	<p>No doy crédito, el viernes me entero de las nuevas intenciones de este gobierno ¿Una sociedad que propone un consultor o todo un equipo técnico, el que gestiona ahora el Turismo de Navarra? ¿Pueden sacarme de dudas?</p> <p>¿No son capaces de asumir los nuevos retos internamente? ¿Dónde está la explicación? ¿Qué parte de los trabajos que desarrollan actualmente se externalizarían? ¿Cuáles se mantendrían? ¿Cuántos puestos de trabajos serían necesarios en el ente instrumental, qué perfiles tendrían y qué tareas llevarían a cabo? Pueden contestarme a esta preguntas? Me gustaría tener datos.</p> <p>No doy crédito, el viernes me entero de las nuevas intenciones de este gobierno. ¿Una sociedad que propone un consultor o todo un equipo técnico, el que gestiona ahora el Turismo de Navarra? ¿Pueden sacarme de dudas? ¿No son capaces de asumir los nuevos retos internamente? ¿Dónde está la explicación?</p> <p>¿Qué parte de los trabajos que desarrollan actualmente se externalizarían? ¿Cuáles se mantendrían? ¿Cuántos puestos de trabajos serían necesarios en el ente instrumental, qué perfiles tendrían y qué tareas llevarían a cabo? Pueden contestarme a esta preguntas? Me gustaría tener datos.</p>
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporada

RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	La medida ha sido revisada y dicha revisión se ha trasladado al Plan reflejándose en el mismo como: medida 5.04: Análisis del modelo de gestión óptimo para llevar a cabo la ejecución del Plan.
TEMA UNIFICADO: Ente público	

■ Comentario 4

TÍTULO y/o ENTIDAD	Análisis de problemas
CONTENIDO	¿Creación de un ente instrumental? ¿Qué problemas se han detectado que vaya a solucionar ese ente instrumental? ¿Desde cuándo se han detectado los problemas? ¿Cuál es el plan de acción para resolver tales problemas? ya sabemos cómo son los funcionarios.... muchos trabajan muy bien y otro son unos vagos que cobran de nuestro dinero. Me pregunto si se ha pensado antes de nada en reestructurar la plantilla actual para sacar el mayor partido de los funcionarios actuales.
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporada
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	La medida ha sido revisada y dicha revisión se ha trasladado al Plan reflejándose en el mismo como: medida 5.04: Análisis del modelo de gestión óptimo para llevar a cabo la ejecución del Plan.
TEMA UNIFICADO: Ente público	

■ Comentario 5

TÍTULO y/o ENTIDAD	Un cambio de gobernanza que sólo ocupa una línea en un borrador de 200 páginas
CONTENIDO	Siendo algo tan trascendental (se plantea un cambio en el modelo de gobernanza de toda la vida), ¿por qué se le dedica solo una línea en un borrador de 200 páginas? Parece que es una forma de enmascarar la creación de una Sociedad Pública
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporada

RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	La medida ha sido revisada y dicha revisión se ha trasladado al Plan reflejándose en el mismo como: medida 5.04: Análisis del modelo de gestión óptimo para llevar a cabo la ejecución del Plan.
TEMA UNIFICADO: Ente público	

■ **Comentario 6**

TÍTULO y/o ENTIDAD	Creación entidad instrumental-sociedad pública?
CONTENIDO	<p>He leído que una de las acciones posibles para llevar a cabo los objetivos del Plan Estratégico de Turismo es la posible creación de un ente instrumental. Me gustaría saber si se ha realizado un ESTUDIO DE VIABILIDAD que justifique que los ingresos obtenidos con las acciones llevadas a cabo por el ente instrumental serán mayores que todos los gastos ocasionados para su creación y mantenimiento? Si es así, me gustaría conocerlo o que por lo menos me indicaran a grandes rasgos las cifras que se manejan, así como la comparativa con la ejecución presupuestaria actual.</p> <p>Entiendo que esto es clave para tomar una decisión de este tipo que cambiaría la gestión.</p> <p>Como ciudadano que pago mis impuestos me gustaría que estos fueran eficientes y las decisiones que se tomen contribuyan a ello, es decir que me demuestren que el aumento de ingresos procedentes del incremento del turismo como consecuencia de aplicar este nuevo Plan Estratégico sean superiores a los gastos necesarios para llevarlo a cabo y que quede claro que con la estructura existente no se puede ejecutar dicho plan</p>
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporada
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	La medida ha sido revisada y dicha revisión se ha trasladado al Plan reflejándose en el mismo como: medida 5.04: Análisis del modelo de gestión óptimo para llevar a cabo la ejecución del Plan.
TEMA UNIFICADO: Ente público	

■ Comentario 7

TÍTULO y/o ENTIDAD	¿Sociedad Pública?
CONTENIDO	LAB anuncia que el Consejero Ayerdi quiere privatizar el Servicio de Marketing creando una Sociedad Pública. ¿Es cierta la noticia? Si es así, ¿se ha dado ya algún paso para su creación?
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	No se plantean aportaciones reales, se plantean dudas, lo que no puede ser objeto de integración en un plan. En cuanto a la creación del ente público, la información está reflejada en el plan como: medida 5.04: Análisis del modelo de gestión óptimo para llevar a cabo la ejecución del Plan.
TEMA UNIFICADO: Ente público	

■ Comentario 8

TÍTULO y/o ENTIDAD	Futuro de la estructura de Turismo
CONTENIDO	¿Se ha realizado un estudio previo con argumentos que sostengan que un ente instrumental solucionará los problemas existentes? ¿Con que medios se van a contar que no se puedan emplear con la estructura existente actualmente? ¿Qué garantías hay de que dicho ente instrumental, no se convierta en puerta giratoria...?
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporada
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	La medida ha sido revisada y dicha revisión se ha trasladado al Plan reflejándose en el mismo como: medida 5.04: Análisis del modelo de gestión óptimo para llevar a cabo la ejecución del Plan.
TEMA UNIFICADO: Ente público	

■ Comentario 9

TÍTULO y/o ENTIDAD	Creación ente instrumental
CONTENIDO	Parece ser que una de las políticas de este Gobierno era no externalizar los servicios, es más en el Acuerdo programático uno de los puntos es internalizar todos los servicios externalizados ¿Pueden explicar por qué se plantean la posibilidad de crear un ente instrumental contraviniendo este acuerdo de gobierno y las políticas previstas?Creo que las personas que votaron por el cambio de Gobierno se sentirán decepcionadas con solo conocer la intención. Agradecería la contestación Muchas gracias
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	No se plantean aportaciones reales. Todos los aspectos relacionados con el ente público están reflejados en el plan como: medida 5.04: Análisis del modelo de gestión óptimo para llevar a cabo la ejecución del Plan.
TEMA UNIFICADO: Ente público	

■ Comentario 10

TÍTULO y/o ENTIDAD	Plan ambicioso sin cronograma
CONTENIDO	Me parece un plan muy ambicioso y que expone muchísimas acciones. ¿Se van a llevar a cabo todas ellas? Echo en falta un cronograma para cada una de ellas, teniendo en cuenta que llega hasta el año 2025, entiendo que el cronograma es básico para poder organizar y desarrollar el plan. También se menciona la creación de un ente instrumental pero no explica ni para qué, ni para qué acciones de las presentadas es necesaria la creación de este ente. Al igual que el cronograma pienso que es fundamental que la respuesta a estas cuestiones se refleje en el Plan. Gracias.
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	No se plantean aportaciones reales, se expresan dudas y cuestiones, que están siendo respondidas en otras aportaciones por tener algunos puntos en común.
TEMA UNIFICADO: Varios	

■ Comentario 11

<p>TÍTULO y/o ENTIDAD</p>	<p>Ayuntamientos de Aguilar de Codés y Lapo</p>
<p>CONTENIDO</p>	<p>En relación con el Proceso de Participación Ciudadana del Plan Estratégico de Turismo que está elaborando la Dirección General de Turismo y Comercio, presentamos las siguientes aportaciones:</p> <p>Programa II: CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS APOYADOS EN EL CAPITAL TERRITORIAL DE NAVARRA Y ADAPTADOS A LOS MERCADOS OBJETIVOS.MEDIDA 2.03.- APOYAR EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS AVANZADOS EN TORNO AL CAMINO DE SANTIAGO. MODERNIZACIÓN Y REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS.</p> <p>Desde los Ayuntamientos de Aguilar de Codés y Lapoblación-Meano queremos hacer la siguiente aportación:</p> <p>Considerando que históricamente el Camino de Santiago no fue un TUBO CERRADO, sino más bien un CORREDOR, creemos oportuno reconocer, señalar y poner en valor los itinerarios alternativos que históricamente fueron utilizados por los peregrinos, ya que hay un sector de turistas que demandan estas alternativas. Nos referimos a una vía alternativa que pasaba por los municipios de Espronceda, Torralba, Azuelo, Aguilar de Codés y Lapoblación, para continuar por la provincia de Álava. En Torralba existe la Hospedería de Codés, en Lapoblación existía un Hospital de Peregrinos (hoy se conserva parte de la fachada) y en Aguilar de Codés, la torre de la Iglesia estaba diseñada para servir de faro a los peregrinos que hacían esta ruta.</p> <p>Visto lo anterior, SOLICITAN: Tenga a bien considerar las sugerencias expuestas y las incluya en el Plan Estratégico de Turismo.</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>No es susceptible de incorporación al plan</p>

<p>RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN</p>	<p>Las aportaciones planteadas son peticiones concretas de carácter local, ciertamente interesantes en algunos casos, y susceptibles de ser tenidas en consideración en el proceso de ejecución del Plan, pero no procede su incorporación a un Plan Estratégico. No es objeto de este Plan actuar en lo local ni en la ordenación del espacio turístico, sino plantear unas directrices comunes a todo el territorio navarro que permita el desarrollo y buen funcionamiento del espacio turístico y de las estrategias de conjunto territorial. No obstante, son aspectos a resolver y que deberán ser analizados dentro de los planes comarcales y de las UGET.</p>
<p>TEMA UNIFICADO: Demandas particulares</p>	

■ Comentario 12

<p>TÍTULO y/o ENTIDAD</p>	<p>Ayuntamientos de Cabredo, Genevilla y Lapoblación-Meano en relación al Camino Ignaciano</p>
---------------------------	---

<p>CONTENIDO</p>	<p>En relación con el Proceso de Participación Ciudadana del Plan Estratégico de Turismo que está elaborando la Dirección General de Turismo y Comercio, presentamos las siguientes aportaciones:</p> <p>MEDIDA 2.05.- APOYAR LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN SEGMENTOS ESPECÍFICOS MOTIVACIONALES BASADOS EN RECORRIDOS POR VÍAS NO MOTORIZADAS (BICICLETA, SENDERISMO, ECUESTRE, ESQUÍ NÓRDICO, ETC.)...”</p> <p>La medida contempla actuaciones para coordinar y poner en marcha criterios comunes de conservación, señalización y promoción de dichas vías para potenciar la práctica de actividades no motorizadas por las mismas y entre los diferentes territorios. “Actuaciones;”- Identificar y mejorar, de acuerdo con los agentes turísticos, la red de senderos no motorizados de Navarra. Seleccionar aquellos que realmente puedan y deban ser señalizados y conservados.</p> <p>Desde los Ayuntamientos de Genevilla, Cabredo y Lapoblación-Meano queremos hacer la siguiente aportación: El Camino Ignaciano atraviesa en dos etapas los términos municipales de estos Ayuntamientos. Venimos observando un aumento de turistas que no siempre se ajustan a las etapas marcadas, pero hay que tener en cuenta que en los tres municipios hay alojamientos donde pernoctar, bien sean de iniciativa privada o municipal. Además desde los Ayuntamientos de Lapoblación-Meano, Cabredo y Genevilla se está trabajando para dotar a los pueblos de zonas de descanso para los/as peregrinos, creándose zonas verdes con mesas, bancos, fuentes, etc. Por todo ello creemos que se debe de potenciar este recurso.</p> <p>Visto lo anterior, SOLICITAN: Tenga a bien considerar las sugerencias expuestas y las incluya en el Plan Estratégico de Turismo.</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>No es susceptible de incorporación al plan</p>

RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	<p>Las aportaciones planteadas son peticiones concretas de carácter local ciertamente interesantes en algunos casos y susceptibles de ser tenidas en consideración en el proceso de ejecución del Plan, pero no procede su incorporación a un Plan Estratégico. No es objeto de este Plan actuar en lo local ni en la ordenación del espacio turístico, sino plantear unas directrices comunes a todo el territorio navarro que permita el desarrollo y buen funcionamiento del espacio turístico y de las estrategias de conjunto territorial. No obstante, son aspectos a resolver y que deberán ser analizados dentro de los planes comarcales y de las UGET. Es de señalar, no obstante, que el Camino Ignaciano ya está siendo objeto de trabajo dentro de la DGTyC.</p>
TEMA UNIFICADO: Demandas particulares	

■ Comentario 13

TÍTULO y/o ENTIDAD	Sakanakomankomunitatea
CONTENIDO	<p>Nafarroako Gobemuko Turismo Saila 2017-2025 epealdirako Plan Estrategiko a osatzen ari da. Plan horriek arpenak egiteko garai adenez, honako hau adierazina hi dugure Mankomunitateak:</p> <p>Turismoko Plan Estrategikoak, 38. orrialdeko 4.5 puntu an zera dio:</p> <p>4.5 CRITERIOS POR SEGMENTO TURISMO CULTURAL</p> <p>*Poner en valor realidad lingüística de las comarcas del Baztan, Malerreka y Bortziriak/Cinco Villas, la importancia y singularidad de este patrimonio cultural.</p> <p>Atal honek zehaztutako aintzathartuta, eskatzen du:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sakanako Mankomunitateko kidediren udalerrietako hizkuntza egoera ere aintzathartzea, eta promozio turistiko arako ekintzetan eta bisitariendako informazioetan hizkuntza errealitate arilekuegitea. 2. Euskararen erabilera: euskarak lehen tasuna izan dezala Sakanako. Eskualdearen promozio turistiko arako egitendiren ekintzetan nahiz gure ar et ortzendiren bisitariendako informazio guztietan (izan ahozkoak, idatziak edo ikusentzunezkoak; izan euskarri fisikoan edo digitalen). <p>Mankomunitate honek egindako arpena aintzathartu kodelakoan, jaso agur bero bat,</p>
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporado

RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	<p>Planaren testura jo eta adierazten den atala berrikusi da: ■ TURISMOAREN OINARRIZKO SEGMENTUA: KULTURALA.-"Balioestea Baztan, Malerreka eta Bortziriak eskualdeetako errealitate linguistikoa, kultura ondare honen garrantzia eta berezitasuna"; honako idazketa hau eman zaio: "balioestea Nafarroako errealitate linguistikoa, euskarak gure kultura ondarearen oinarritzko osagai gisa duen garrantzia eta berezitasuna"</p> <p>Se revisa la redacción del plan en lo que concierne al apartado señalado: ■ SEGMENTO BÁSICO DEL TURISMO: CULTURAL.-"Poner en valor realidad lingüística de las comarcas del Baztan, Malerreka y Bortziriak/Cinco Villas, la importancia y singularidad de este patrimonio cultural" y se incorpora la siguiente redacción " PONER EN VALOR LA REALIDAD LINGÜÍSTICA DE NAVARRA, LA IMPORTANCIA Y SINGULARIDAD DEL EUSKERA COMO PARTE FUNDAMENTAL DE NUESTRO PATRIMONIO CULTURAL"</p>
TEMA UNIFICADO: Tratamiento euskera	

■ Comentario 14.a

TÍTULO y/o ENTIDAD	Consorcio Zona Media, Participación en el Plan
--------------------	--

<p>CONTENIDO</p>	<p>El presente documento recoge las aportaciones que desde el Consorcio de Desarrollo de la Zona Media de Navarra hacemos al Plan Estratégico de Turismo de Navarra. Éstas están consensuadas con las asociaciones turísticas de la comarca.</p> <p>En primer lugar, felicitar al departamento por la iniciativa de plantear una herramienta cuyo fin sea el de organizar, de manera global, el turismo de Navarra tratando de implicar a la iniciativa público privada, incorporando la visión de la totalidad de los territorios y generando valor en el territorio desde una perspectiva de la participación.</p> <p>A este respecto, queremos señalar que desde esta perspectiva de la participación, comunicar que como Consorcio nos hubiera gustado tener una participación más activa en el proceso de elaboración como en el propio Plan. Consideramos que podríamos haber aportado nuestra perspectiva tanto territorial, como sectorial ya que trabajamos en turismo cultural y enológico desde más de veinte años. Y como comarca, nos gustaría tener mayor presencia en el propio plan.</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>No es susceptible de incorporación al plan</p>

RESPUESTA O
ARGUMENTACIÓN

Durante el proceso de elaboración del plan ha contado con un importante proceso de participación al que han asistido más de 200 personas. Tal y como se recoge en este informe (documento no incluido en la plataforma de Gobierno Abierto de Navarra por ser de carácter instrumental) el plan ha contado con la participación de diferentes actores:

- Técnicos de la D.G. de Turismo. Se han mantenido reuniones por temática / departamento. Además, estos técnicos han participado en los talleres y reuniones celebradas con el sector.

- Jefes/a de Servicio de la D.G.: se han mantenido numerosas reuniones para in-formar y tomar decisiones de forma consensuada. Han tenido un seguimiento continuo y permanente del proceso.

- Responsables de otros departamentos del gobierno foral: se han mantenido diferentes reuniones con otros centros directivos implicados en el turismo (Consejera de Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Administración Local, Directora General de Industria, Energía e Innovación, Directora General de Política Económica y Empresarial y Trabajo, Gerente de Proyectos de SODENA, Director-Gerente del Palacio de Congresos y Auditorio / Baluarte)

- Personal de las oficinas de turismo, entidades locales, consorcios, etc.: han participado en los diferentes grupos de trabajo realizados por sus respectivos territorios. Algunos de ellos, además han sido entrevistados en profundidad.

- Asociaciones empresariales: han sido invitadas a los diferentes grupos de trabajo y talleres realizados, habiendo sido muchas de ellas, además, objeto de entrevista en profundidad para conocer sus necesidades y propuestas. Todas las entidades y asociaciones que han manifestado interés en hablar con el equipo redactor, han sido entrevistadas de forma directa y personal.

- Empresarios individuales: han sido invitados a la conferencia estratégica y muchos de ellos a los diferentes talleres y grupos de trabajo realizados. Igualmente, muchos de ellos han sido objeto de entrevista en profundidad.

A modo de resumen:

- Reunión con Técnicos del Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y del Comercio y con Técnicos del Servicio de Marketing y Desarrollo de Productos Turísticos.

- Más de 20 entrevistas personales en profundidad

- 8 grupos de trabajo (4 territoriales y 4 temáticos/segmentos)

- Conferencia estratégica

- 12 talleres relativos a temáticas específicas de segmentos (Rural-Naturaleza, Cultural, Salud, Reuniones-MICE, Familiar-Escolar, Camino de Santiago, Deportivo-Aventuras, o áreas claves para el turismo (formación y empleo, innovación y sostenibilidad, Promoción y Comercialización, Gastronomía, Turismo de Pamplona,

Asimismo, para el desarrollo operativo del plan están programados otros 10 grupos de trabajo, donde está previsto que puedan participar unas 40 personas.

De igual manera, es importante señalar la dificultad de que todos los agentes estén presentes en todas las acciones participativas pues son muchos los que participan en el turismo navarro.

TEMA UNIFICADO: Varios

■ Comentario 14.b

TÍTULO y/o ENTIDAD	Consorcio Zona Media, Accesibilidad y sostenibilidad
CONTENIDO	Siguiendo con la estructura del plan indicar que 1. Éste mismo plantea como uno de los retos del turismo, la mejora de la accesibilidad a Navarra. Mejorar la ampliación de la N II como autovía también mejoraría la accesibilidad a Navarra que se menciona. Quizás mejorar esta conectividad basada en el tren de alta velocidad y en la conectividad aérea puede chocar con el reto planteado de "convertir a Navarra en un referente de destino sostenible".
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	Las aportaciones planteadas son peticiones concretas, ciertamente interesantes y susceptibles de ser tenidas en consideración en el proceso de ejecución del Plan, pero no procede su incorporación a un Plan Estratégico de Turismo a ese nivel de detalle, correspondiendo a la planificación de Infraestructuras definir las actuaciones en la red de carreteras. Asimismo, en la medida 3.09: Apoyar la implantación de medidas de sostenibilidad ejemplar en el sistema turístico de Navarra, se plantean acciones de compensación por las emisiones generadas por el transporte aéreo.
TEMA UNIFICADO: Varios	

■ Comentario 14.c

TÍTULO y/o ENTIDAD	Consorcio Zona Media, Segmentos
--------------------	--

CONTENIDO

2. En cuanto a los Segmentos Básicos para el desarrollo de la estrategia vemos que :

a. La Zona Media, como se ha comentado, es una comarca que cuenta con hitos y recursos culturales de primer orden como el Palacio Real de Olite, que es el monumento más visitado de Navarra, con el Camino de Santiago, siendo cruce de caminos, con el Románico de la Valdorba, Ujué, Monasterio de la Oliva, un gran número de elementos de patrimonio medieval, etc. Por lo que echamos de menos ese espacio de esta comarca en el plan, en el segmento de turismo cultural, fundamentalmente.

b. En cuanto al segmento de turismo natural y rural, siempre hemos entendido que el turismo rural es todo aquel que se desarrolla en el medio rural, y no tiene que ser necesariamente turismo activo, turismo asociado a lo verde. En este sentido, Zona Media tiene mucho que aportar porque es una comarca con una orografía y climatología amable y agradable apta para todos los tipos de públicos por lo que contribuye a desestacionalizar. Los senderos en nuestra comarca son demandados por estas características. Tienen un gran potencial por su accesibilidad.

c. Respecto al segmento de Turismo de Reuniones y Eventos, aportar que sería de interés tener en cuenta a la Zona Media y Olite, en concreto, en este segmento. Debemos tener en cuenta que contamos con el único Parador de Turismo en Navarra que acoge anualmente un gran número de convenciones profesionales, del mismo modo que el tándem Parador-Palacio Real tiene una gran demanda para bodas y eventos. Del mismo modo que otros eventos de gran repercusión y que suponen un aliciente para el flujo de personas visitantes como son el Festival de Teatro Clásico de Olite que cada año se organiza.

3. Segmentos Específicos:

a. Echamos de menos un segmento específico sobre La Ruta del Vino de Navarra ya que se trata del único producto de turismo que aglutina la visita a bodegas, los paisajes del vino, los establecimientos de hostelería y el patrimonio vitivinícola. Este producto turístico trabaja como un club de producto, a nivel nacional, bajo una norma de calidad certificada por la Asociación de Ciudades del Vino de España (ACEVIN) y la Secretaría de Estado de Turismo. Además, se está trabajando conjuntamente con la Dirección de Turismo en su ampliación a todo el ámbito de la D.O. Navarra y se está trabajando con el resto de consorcios turísticos en crear un producto turístico conjunto, coordinado y consensuado.

b. Gastronomía de Base Territorial: Zona Media tiene mucho que decir en el turismo gastronómico, no solo por lo reconocidos que son sus productos agroalimentarios, por cómo se lleva trabajando con las Denominaciones de Origen, por la elaboración de los mismos en los restaurantes y los bares que han sabido mantener la esencia de lo tradicional incorporando innovación. La cultural del vino que es inherente a la identidad comarcal se evidencia en los maridajes de gastronomía y vinos que se aprecia en los restaurantes y bares de gran reconocimiento. Trabajamos por la valorización y potenciación del producto local, siendo uno de los ejes estratégicos de la comarca. Esto se evidencia en todas las actividades que desarrollamos.

c. Escapadas de fin de semana: Echamos de menos que no se haya contado con otros destinos como Tafalla y Olite que llevan trabajando en escapadas de fin de semana desde hace tiempo. Se trabaja como producto desestacionalizador, sobre todo para meses de baja afluencia como son febrero y marzo.

INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporación parcial
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	<p>En relación con la "Ruta del Vino", se han incorporado las recomendaciones reforzando el papel del segmento enológico-gastronómico en el Plan, al considerarlo como uno de los segmentos específicos de Navarra Esencial. En concreto, se considera dicha recomendación en la medida 2.04: Impulsar el desarrollo de productos turísticos gastronómicos y enológicos en un marco que integre a otros territorios limítrofes (La Rioja, Euskadi, Aragón, sur de Francia).</p> <p>Las demás aportaciones planteadas son peticiones concretas de carácter local ciertamente interesantes en algunos casos y susceptibles de ser tenidas en consideración en el proceso de ejecución del Plan, pero no procede su incorporación a un Plan Estratégico. No es objeto de este Plan actuar en lo local ni en la ordenación del espacio turístico, sino plantear unas directrices comunes a todo el territorio navarro que permita el desarrollo y buen funcionamiento del espacio turístico y de las estrategias de conjunto territorial. No obstante, son aspectos a resolver y que deberán ser analizados dentro de los planes comarcales y de las UGET.</p>
TEMA UNIFICADO: Varios	

■ **Comentario 14.d**

TÍTULO y/o ENTIDAD	Consorcio Zona Media. 4, UGET
---------------------------	--------------------------------------

<p>CONTENIDO</p>	<p>4.1. Para la ejecución del plan se menciona la creación de la UGETs.</p> <p>a. Surge una preocupación comarcal ya que son entidades de figuras de base territorial que creemos que deben desarrollarse con participación comarcal y teniendo en cuenta al sector, al territorio y a las entidades afectadas.</p> <p>b. Se le atribuyen una serie de servicios y funciones para las que se necesitarían un gran número de recursos tanto humanos como económicos y un gran esfuerzo de coordinación con el resto de UGETs.</p> <p>c. Vemos que sería necesario una mayor definición y concreción en cómo se gestionarían estas entidades. Creemos que es necesario un trabajo de coordinación y participación importante.</p> <p>d. La Red de acogida es una iniciativa que nos parece muy interesante y atractiva de la que nos gustaría conocer cómo se va a concretar y definir.</p> <p>4.2. Creación de la empresa pública: entidad que responde a un sistema de gestión muy diferente y la implementación de grandes cambios en la gestión turística. Nos gustaría tener más información de su labor y necesita mayor explicación</p> <p>5. Etapa de transición: Vemos que la implantación de este plan supone un gran reto a medio plazo, y nos preocupa, como se va a gestionar el corto plazo, que va suceder durante la transición tanto con las actuaciones que ya están en marcha, las entidades gestoras, los programas, etc.</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>Incorporación parcial</p>

RESPUESTA O
ARGUMENTACIÓN

La propuesta que se realiza en el Plan sobre esta cuestión pretende dar respuesta a la reitera petición por parte de empresarios y entidades de poner orden y aclarar cómo debe ser la gestión del turismo en los territorios, quién debe participar y cuál es su alcance funcional. En este sentido, el Plan da una respuesta adecuada y racional sobre cómo debe ser la gestión del turismo en los territorios, quienes deben participar y cuáles deben ser sus competencias, teniendo en cuenta la dimensión actual del turismo de Navarra y sus expectativas de crecimiento. Esta red, además, debe ser coherente y debe poder integrarse en la nueva ordenación local de la Comunidad Foral. La negociación con las actuales estructuras, su desvinculación, reconversión o inclusión en las UGET es una cuestión que escapa al cometido de este Plan, y que debe ser resuelto por la D.G. en el desarrollo normal de sus funciones. Desde la fase de elaboración se han ido recogiendo comentarios sobre las UGET, dudas sobre su composición, su delimitación territorial y sus funciones.

Durante las presentaciones del Plan se trataron de resolver las inquietudes al respecto indicando que las UGET estarían conformadas por entes públicos y privados y que se trata de una organización para gestionar espacios turísticos, no para crear distintos destinos, ya que el objeto de este Plan tiene un único destino, Navarra.

Asimismo, en el Plan se dedica un apartado (6.2 Gestión de espacios turísticos) a la explicación de esta figura, los entes que la formarían y las funciones esenciales que tendrían. Tras las sugerencias aportadas por varios agentes en las presentaciones del plan sobre la demarcación territorial de las UGET, se modifica el planteamiento inicial para, finalmente, establecer que la delimitación de estos entes estará definida por los límites comarcales oficialmente establecidos.

TEMA UNIFICADO: UGET

■ Comentario 15

TÍTULO y/o ENTIDAD	Sakanakomankomunitatea
CONTENIDO	<p>SakanakoMankomunitateakekarpenhauekeginnahiditu:</p> <p>1. Euskarak presentzia eta lehentasuna: euskarak lehentasuna izan dezala Sakanako eskualdearen promozio turistikorako egiten diren ekintzetan nahiz bertara etortzen diren bisitariendako informazio guztietan (izan ahozkoak, idatziakedoikus-entzunezkoak; izaneuskarrifisikoanedo digitalean). Proposatzen da turismoaren promozioan baita turistei begira egiten diren informazio-mota guztietan hizkuntza-irizpideak ezartzea, euskarari lehentasuna emanaz.</p> <p>2. Euskararen errealitatearen berri ematea: eskualdeko promozio turistikoa lantzen denean, bertako paisaia, baliabideak, kultura, ohiturak eta tokiak kontuan hartzen dira. Eskatzen dugu euskaren errealitateari ere leku egitea haren berri emanaz.</p>
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporado
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	<p>Planaren testura jo eta adierazten den atala berrikusi da: ■ TURISMOAREN OINARRIZKO SEGMENTUA: KULTURALA.- "Balioestea Baztan, Malerreka eta Bortziriak eskualdeetako errealitate linguistikoa, kultura ondare honen garrantzia eta berezitasuna"; honako idazketa hau eman zaio: "balioestea Nafarroako errealitate linguistikoa, euskarak gure kultura ondarearen oinarriko osagai gisa duen garrantzia eta berezitasuna"</p> <p>Se revisa la redacción del plan en lo que concierne al apartado señalado: ■ SEGMENTO BÁSICO DEL TURISMO: CULTURAL.-"Poner en valor realidad lingüística de las comarcas del Baztan, Malerreka y Bortzi-riak/Cinco Villas, la importancia y singularidad de este patrimonio cultural" y se incorpora la siguiente redacción " PONER EN VALOR LA REALIDAD LINGÜÍSTICA DE NAVARRA, LA IMPORTANCIA Y SINGULARIDAD DEL EUSKERA COMO PARTE FUNDAMENTAL DE NUESTRO PATRIMONIO CULTURAL"</p>
TEMA UNIFICADO: Tratamiento euskera	

■ Comentario 16

TÍTULO y/o ENTIDAD	Gestión Pública
CONTENIDO	<p>En el apartado "Gobernanza del turismo" se recoge como una de las medidas la "Creación de una entidad instrumental de gestión de Turismo de Navarra". Más adelante en "Gestión del plan" se determinan algunas funciones de esta entidad instrumental: ejecutar acciones de promoción y marketing que marque la DG, la gestión de SITURNA y las acciones que le encomiende el Consejero en desarrollo instrumental de la política de turismo".</p> <p>En la actualidad estas funciones son ejecutadas por personal del Departamento y en ningún momento se argumenta la conveniencia de que dejen de prestarlo y que pase a ser prestado por esa entidad instrumental. Nos tememos que estamos ante un intento de privatizar parte del servicio de marketing, algo que va en contra del Acuerdo Programático de Gobierno. Creemos que no hay que sacar ninguna función del Departamento sino, en todo caso, hacer las modificaciones organizativas necesarias dentro del mismo para llevar adelante las políticas en materia de Turismo.</p> <p>Por ello creemos que no debe crearse ninguna entidad instrumental de gestión. Promoción y apoyo a la comercialización</p>
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporado
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	La medida ha sido revisada y dicha revisión se ha trasladado al Plan reflejándose en el mismo como: medida 5.04: Análisis del modelo de gestión óptimo para llevar a cabo la ejecución del Plan.
TEMA UNIFICADO: Ente público	

■ Comentario 17

<p>TÍTULO y/o ENTIDAD</p>	<p>Nafarroako Iparraldeko Euskara Mankomunitatea</p>
<p>CONTENIDO</p>	<p>Nafarroako Gobernuko Turismo Saila 2017-2025 epealdirako Plan Estrategikoa osatzenari da. Plan horri ekarpenak egiteko garaia denez, honako hau adierazi nahi du gure Mankomunitateak:</p> <p>Turismoko Plan Estrategikoak, 38. orrialdeko 4.5 puntuanzera dio:</p> <p>"4.5 CRITERIOS POR SEGMENTO TURISMO CULTURAL</p> <p>*Poner en valor realidad lingüística de las comarcas del Baztan, Malerreka y Bortziriak/Cinco Villas, la importancia y singularidad de este patrimonio cultural Atal honek zehaztutakoa aintzat hartuta, honakoa eskatzen du:</p> <p>Nafarroako Iparraldeko Euskara Mankomunitateko kide diren 12 udalerrietako (Arano, Araitz, Areso, Basaburua, Betelu, Goizueta, Imotz, Larraun, Leitza, Lekunberri, Odieta eta Ultzama) hizkuntza egoera ere aintzat hardadin, Turismo Saileko Planak aipatzen dituen veste udalerrri horiekin bat egiten baitu gure eskualdeko errealitate linguistikoak.</p> <p>Mankomunitate honek egindako ekarpena aintzat hartuko delakoan, jaso agurbero bat,</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>Incorporado</p>
<p>RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN</p>	<p>Planaren testura jo eta adierazten den atala berrikusi da: ■ TURISMOAREN OINARRIZKO SEGMENTUA: KULTURALA.- "Balioestea Baztan, Malerreka eta Bortziriak eskualdeetako errealitate linguistikoa, kultura ondare honen garrantzia eta berezitasuna"; honako idazketa hau eman zaio: "balioestea Nafarroako errealitate linguistikoa, euskarak gure kultura ondarearen oinarritzko osagai gisa duen garrantzia eta berezitasuna"</p> <p>Se revisa la redacción del plan en lo que concierne al apartado señalado: ■ SEGMENTO BÁSICO DEL TURISMO: CULTURAL.-"Poner en valor realidad lingüística de las comarcas del Baztan, Malerreka y Bortziriak/Cinco Villas, la importancia y singularidad de este patrimonio cultural" y se incorpora la siguiente redacción " PONER EN VALOR LA REALIDAD LINGÜÍSTICA DE NAVARRA, LA IMPORTANCIA Y SINGULARIDAD DEL EUSKERA COMO PARTE FUNDAMENTAL DE NUESTRO PATRIMONIO CULTURAL"</p>
<p>TEMA UNIFICADO: Tratamiento euskera</p>	

Comentario 18.a

TÍTULO y/o ENTIDAD	Ayuntamiento de Tudela
--------------------	------------------------

<p>CONTENIDO</p>	<p>Medida 1.04: en la optimización de la Red de de oficinas; yo estudiaría y evaluaría la de Tudela, la ubicación y no tanto el espacio sino en que sea una oficina compartida y quizá se pierde la importancia en la prestación de este servicio.</p> <p>Medida 2.03. Camino de Santiago; creo que habría que por lo menos nombrar el Camino de Santiago del Ebro y comenzar a modernizarlo e incluso a regularizarlo. Podría ser una estrategia de cooperación con otros territorios en nuestro caso aprovechando esta sinergia con La Rioja y Aragón.</p> <p>Medida 2.04: Productos turísticos gastronómicos: Se da importancia a varios productos se nombran semana de la huerta o rutas del vinos. Yo nombraría además y en un lugar prioritario; Las Jornadas de exaltación y Fiestas de la Verdura de Tudela o Inverduras por ser productos sobre todo el primero totalmente cerrado y que está funcionando. Le daría más importancia porque es necesario dar un salto a lo que ya tenemos: URGE LA DENOMINACIÓN DE FIESTA DE INTERÉS TURÍSTICO YA QUE DEBEMOS ESPERAR 5 AÑOS PARA SOLICITAR LA NACIONAL y el apoyo económico y representativo de la verdura de Tudela como producto de NAVARRA. Ejemplo; apoyando económicamente formar parte de alguna RED de repercusión nacional. También creo que Tudela no tiene una gran importancia en Rutas del Vino pero desde luego la Ribera Si y creo que debiera formar parte de la Ruta del Vino.</p> <p>Medida 2.05: Productos turísticos en segmentos especializados: En la de senderismo, objetivo unir la Vía verde del Tarazonica con el Plazaola y la del Bidasoa a través de Pamplona con proyecto Eurovelo o Ederbidea</p> <p>Medida 4.01; Trabajar en la limpieza de imagen de San Fermín y Pamplona para que la Marca Navarra-Pamplona, que es como se quiere vender Navarra a nivel internacional sea fuerte y efectiva</p> <p>Medida 4.02. en las actuaciones incluiría algunos de los famtrips con operadores de mercados de origen en la zona de la Ribera y porque no, los relacionados con la gastronomía, el MICE o el Cultural.</p> <p>Medida 4.05 Segmento MICE, en las actuaciones se establece el crear un grupo de trabajo, nos gustaría que se incluyera Tudela y Ribera en este grupo. Últimamente hemos tenido varios congresos y reuniones, quizá sean más pequeñas que las que se pudieran prever en Pamplona pero Tudela podría ser sede para todos los congresos o reuniones relacionadas con el sector agroalimentario, por ejemplo</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>No es susceptible de incorporación al plan</p>

RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	Las aportaciones planteadas son peticiones concretas de carácter local, ciertamente interesantes en algunos casos y susceptibles de ser tenidas en consideración en el proceso de ejecución del Plan, pero no procede su incorporación a un Plan Estratégico. No es objeto de este Plan actuar en lo local ni en la ordenación del espacio turístico, sino plantear unas directrices comunes a todo el territorio navarro que permita el desarrollo y buen funcionamiento del espacio turístico y de las estrategias de conjunto territorial. No obstante, son aspectos a resolver y que deberán ser analizados dentro de los planes comarcales y de las UGET. La respuesta a la Marca Navarra-PNA se desarrolla de forma separada.
TEMA UNIFICADO: Varios	

Comentario 18.b

TÍTULO y/o ENTIDAD	Ayuntamiento de Tudela, Marca Navarra-PNA
CONTENIDO	Medida 4.01; Trabajar en la limpieza de imagen de San Fermín y Pamplona para que la Marca Navarra-Pamplona, que es como se quiere vender Navarra a nivel internacional sea fuerte y efectiva
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Contemplado previamente en el plan

RESPUESTA O
ARGUMENTACIÓN

Tras las diferentes aportaciones recogidas en las presentaciones del Plan se pone de manifiesto que algunos agentes turísticos consideran que la imagen de marca Navarra-Pamplona no es un reclamo suficiente para atraer nueva demanda. Asimismo, manifiestan su miedo a que el resto del territorio navarro quede en un segundo plano a la hora de fomentar y promocionar el turismo.

Para dar respuesta a esta incertidumbre se ha de volver al Plan donde se plantean dos estrategias de marca, una para los mercados de proximidad y otra para el mercado internacional. La marca Navarra tiene suficiente nivel de reconocimiento y aceptación en los mercados de proximidad, por tanto, será la que estructure y organice la comunicación y la promoción asociándole los nuevos atributos y manteniendo Tierra de Diversidad como anagrama.

Por otro lado, para los nuevos mercados internacionales se desarrolla una estrategia de comunicación basada en la asociación de Navarra y Pamplona, pues esta ciudad es más fácilmente reconocible en el extranjero que el destino Navarra por sí solo. Por tanto, el Plan prevé el desarrollo de una estrategia de comunicación que analizará la idoneidad de la vinculación de Navarra y Pamplona como marca para el alcance de los mercados internacionales, y barajará diferentes opciones en función de los resultados.

En las presentaciones en las que se registró una visión escéptica sobre el éxito de la marca Navarra-Pamplona, se aclaró que el hecho de utilizar este reclamo en el mercado extranjero no se traduciría en una promoción exclusiva de Pamplona, sino que se trata de un topónimo ideado como fórmula para crear interés, una táctica comunicativa. Asimismo, ante los problemas que puede suscitar el topónimo Pamplona por los atributos negativos que ha adquirido los últimos años, se establece la necesidad de manejar y trabajar en la desaparición de estas particularidades dañinas de la imagen de la ciudad.

TEMA UNIFICADO: Marca Navarra-PNA

■ Comentario 19

TÍTULO y/o
ENTIDAD

Gastronomía Local y turismo rural

<p>CONTENIDO</p>	<p>En gastronomía queda mucho por hacer, el distintivo de gastronomía navarra debe potenciar esa gastronomía local tan ligada al territorio. Tenemos el producto pero falta la puesta en valor del mismo.</p> <p>- si hablamos del turismo en pueblos y valles como sostenimiento del territorio tenemos que tener claro que hay que apostar por ello, siendo muy importante no solo el impulso que brinda Gobierno de Navarra con este plan estratégico, es muy necesario que los ayuntamientos trabajen en la misma dirección conjuntamente con el sector privado</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>No es susceptible de incorporación al plan</p>
<p>RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN</p>	<p>No se observa aportaciones reales, se expresan opiniones de indudable interés con presupuestos que, por otra parte, están ya contemplados en el trasfondo del Plan y que no contradicen al mismo.</p>
<p>TEMA UNIFICADO: Varios</p>	

■ Comentario 20

<p>TÍTULO y/o ENTIDAD</p>	<p>Implantación del Sello de calidad en el empleo turístico</p>
<p>CONTENIDO</p>	<p>Se propone la implementación de un sello de calidad en el empleo turístico y el diseño de los estándares mínimos de acceso a este sello de compromiso con el empleo en condiciones dignas. Desde la responsabilidad social, se propone al Gobierno de Navarra que colabore en la consecución de una comunidad Foral creando un entorno facilitador para que las empresas y la sociedad, adopten prácticas más responsables socialmente</p> <p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Que los establecimientos hoteleros puedan significar su compromiso con la calidad del empleo como elemento diferenciador de otros establecimientos. - Que los usuarios y usuarias de los servicios de los hoteles de Navarra puedan tener un elemento más de elección entre un establecimiento y otro. La implantación del sello de calidad en el empleo genera los siguientes beneficios: - Reconocimiento del compromiso con el empleo - Refuerzo del diálogo entre empresarios y trabajadores - Incrementa la aportación de valor del turismo a la Comunidad Foral de Navarra - Reduce desigualdades sociales - Impacto de género - Reconocimiento Social de las trabajadoras del sector de hostelería de Navarra. <p>La propuesta se alinea con los objetivos y orientaciones estratégicas del plan: Orientación sostenible ambiental, económica y social, Innovación social, Participación ciudadana y Trabajo decente.</p> <p>La propuesta se identifica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En el programa de actuaciones III con el Fortalecimiento del tejido empresarial y mejora de la calidad de la sostenibilidad y de la accesibilidad. - En la medida 3.06 Elaboración del Plan director de calidad con el nuevo enfoque de la calidad percibida
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>Incorporación parcial</p>

RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	La aportación planteada es una petición concreta, ciertamente interesante, aunque no corresponde al Plan Estratégico definir con precisión las acciones de mejora de la calidad que tienen que implementarse en cada materia, siendo ello competencia del Plan Director de Calidad propuesto en la medida 3.06.
TEMA UNIFICADO: Varios	

■ **Comentario 21**

TÍTULO y/o ENTIDAD	Coordinación entre departamentos
CONTENIDO	Poner en valor los recursos ya existentes trabajando conjuntamente desde todos los departamentos afectados con el fin de proteger dichos recursos que son generadores de riqueza natural, cultural y turística. Trabajando conjuntamente las entidades locales y los departamentos afectos con el fin en primer término de proteger y si es necesario promocionar en su medida dichos recursos. Existen recursos como el Camino Baztanés que por sí mismo está en crecimiento y que de hacer una gestión eficaz, corre el riesgo de deteriorarse con lo que supone e pérdida natural, cultural y turística.
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	El Plan Estratégico desarrolla en su programa V. Gobernanza del Turismo, diferentes medidas que concuerdan exactamente con la necesidad detectada y la propuesta que aquí se realiza, por lo que se estima que el fondo de la cuestión está ya incorporado en el Plan. Respecto a la petición específica relativa al Camino Baztanés es una consideración a tener en cuenta en la ejecución de las medidas concretas del plan y a ser estudiada.
TEMA UNIFICADO: Varios	

■ Comentario 22

TÍTULO y/o ENTIDAD	UAGN_Fundagro
CONTENIDO	<p>Agroturismo y producto gastronómico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Integración de las actividades de agroturismo en el Club de producto de gastronomía, tomando en consideración todas las propuestas de producto de agroturismo desarrolladas en la actualidad, entre ellas AgroRutas de Navarra. - Información, sensibilización y difusión del Decreto Foral 44/2014 de agroturismo entre el sector primario de Navarra para la promoción de la actividad. - Aprovechamiento y puesta en valor de la infraestructura de Casa GurbindoEtxea, centro de interpretación de la agricultura, ganadería de Navarra; para la realización de las actividades de información, interpretación, sensibilización y dinamización del producto "Gastronomía".
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	<p>Las aportaciones planteadas son peticiones concretas, ciertamente interesantes y susceptibles de ser tenidas en consideración en el proceso de ejecución del Plan, aunque no corresponde a un Plan Estratégico definir acciones tan concretas como las que se sugieren. En cualquier caso, entendemos que dichas acciones formarían parte del desarrollo de algunas de las medidas previstas en el Plan (2.01 y 2.04).</p>
TEMA UNIFICADO: Varios	

■ Comentario 23

<p>TÍTULO y/o ENTIDAD</p>	<p>Ámbito de actuación de la UGET Turismo Rural</p>
<p>CONTENIDO</p>	<p>Es importante reflexionar a fondo sobre la idoneidad o no de dividir el ya pequeño ámbito territorial de Navarra a niveles comarcales para ordenar y gestionar los servicios estratégicos del espacio turístico rural de nuestra Comunidad. En este sentido la UGET "Rural" debe ser un instrumento de carácter regional, supracomarcal, y no tan solo "supralocal" como se apunta en el Plan. Se trata de impulsar un sistema de gestión global del espacio turístico rural de Navarra, con sus recursos, necesidades, capacidades y soluciones que luego se puedan implementar en todos los niveles territoriales del conjunto de Navarra.</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>Incorporación parcial</p>

RESPUESTA O
ARGUMENTACIÓN

La propuesta que se realiza en el Plan sobre esta cuestión pretende dar respuesta a la reitera petición por parte de empresarios y entidades de poner orden y aclarar cómo debe ser la gestión del turismo en los territorios, quién debe participar y cuál es su alcance funcional. En este sentido, el Plan da una respuesta adecuada y racional sobre cómo debe ser la gestión del turismo en los territorios, quienes deben participar y cuáles deben ser sus competencias, teniendo en cuenta la dimensión actual del turismo de Navarra y sus expectativas de crecimiento. Esta red, además, debe ser coherente y debe poder integrarse en la nueva ordenación local de la Comunidad Foral. La negociación con las actuales estructuras, su desvinculación, reconversión o inclusión en las UGET es una cuestión que escapa al cometido de este Plan, y que debe ser resuelto por la D.G. en el desarrollo normal de sus funciones. Desde la fase de elaboración se han ido recogiendo comentarios sobre las UGET, dudas sobre su composición, su delimitación territorial y sus funciones.

Durante las presentaciones del Plan se trataron de resolver las inquietudes al respecto indicando que las UGET estarían conformadas por entes públicos y privados y que se trata de una organización para gestionar espacios turísticos, no para crear distintos destinos, ya que el objeto de este Plan tiene un único destino, Navarra.

Asimismo, en el Plan se dedica un apartado (6.2 Gestión de espacios turísticos) a la explicación de esta figura, los entes que la formarían y las funciones esenciales que tendrían. Tras las sugerencias aportadas por varios agentes en las presentaciones del plan sobre la demarcación territorial de las UGET, se modifica el planteamiento inicial para, finalmente, establecer que la delimitación de estos entes estará definida por los límites comarcales oficialmente establecidos.

TEMA UNIFICADO: UGET

■ Comentario 24

TÍTULO y/o ENTIDAD	Competencias en cuanto a turismo
CONTENIDO	<p>Necesitamos para la sostenibilidad económica de los pueblos pequeños que la competencia sobre turismo se plasme de manera real y recaiga sobre estos. Hay que hacer una legislación donde se regule y se establezca los límites de ejercicio en materia de turismo y una legislación donde se permita que los Ayuntamientos regulen económicamente este ejercicio. Muchas gracias.</p>
INCORPORACIÓN AL PLAN:	<p>No es susceptible de incorporación al plan</p>
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	<p>La Ley Foral de Turismo ya desarrolla en su Artículo 6. las competencias de las entidades locales, en los siguientes términos:</p> <p>"Corresponden a las entidades locales de Navarra las siguientes competencias en relación con el turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Promover y fomentar los recursos, actividades u otros aspectos en relación con el turismo que sean de su interés, en coordinación con la Administración de la Comunidad Foral. b) Proteger y conservar sus recursos turísticos, en especial el entorno natural y el patrimonio monumental. c) Colaborar con la Administración de la Comunidad Foral de Navarra en materia turística. d) Otorgar las licencias que la legislación les atribuye en lo que afecta a empresas y establecimientos turísticos. e) Desarrollar las políticas de infraestructuras turísticas de su competencia. f) Gestionar los servicios que les correspondan conforme al ordenamiento jurídico. g) Cuantas otras competencias en relación con el turismo les sean atribuidas por las leyes."
TEMA UNIFICADO: Varios	

■ Comentario 25

<p>TÍTULO y/o ENTIDAD</p>	<p>Turismo cinegético sostenible</p>
<p>CONTENIDO</p>	<p>Se propone incluir dentro del Plan Estratégico como producto, el Turismo Cinegético y de Observación de aves protegidas. La caza sostenible de la perdiz roja, de genética autóctona, en Navarra es posible. En la Navarra Media, se están criando con éxito, perdices rojas autóctonas (<i>Alectoris Rufa</i>), únicas en España, debido a que el fenómeno de la hibridación está prácticamente generalizado. La siembra previa con estas perdices puras, en cotos de caza, con hábitat, flora natural y dimensión apropiadas, garantizan la necesaria sostenibilidad y pueden satisfacer la pasional demanda de este producto, tan escaso por su especial bravura.</p> <p>También para los amantes de la naturaleza y la fotografía natural, existen interesantes "Hides" de observación de aves silvestres, estratégicamente camuflados, en lugares con suficiente abundancia para aves de bosque, rapaces, abejarucos, etc. Igualmente se organizan también recorridos nocturnos convenientemente acompañados, para la visión de la rica fauna navarra.</p> <p>Estos productos, conformarán junto con la belleza del lugar, y los servicios que proporcionen, una bonita alternativa al turismo tradicional.</p> <p>En Navarra dispondrán de un auténtico privilegio, para poder disfrutar del turismo cinegético y de naturaleza, tanto para la importante afición nacional como internacional.</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>No es susceptible de incorporación al plan</p>
<p>RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN</p>	<p>Las aportaciones planteadas son peticiones concretas de carácter local ciertamente interesantes en algunos casos y susceptibles de ser tenidas en consideración en el proceso de ejecución del Plan, pero no procede su incorporación a un Plan Estratégico. No es objeto de este Plan actuar en lo local ni en la ordenación del espacio turístico, sino plantear unas directrices comunes a todo el territorio navarro que permita el desarrollo y buen funcionamiento del espacio turístico y de las estrategias de conjunto territorial. No obstante, son aspectos a resolver y que deberán ser analizados dentro de los planes comarcales y de las UGET.</p>
<p>TEMA UNIFICADO: Demandas particulares</p>	

■ Comentario 26

<p>TÍTULO y/o ENTIDAD</p>	<p>Asociación Hostelería y Turismo de Navarra</p>
<p>CONTENIDO</p>	<p>Medida 1.04. Aunque ya se menciona, destacaría que los establecimientos son los puntos de información más numerosos y accesibles, y sobre baratos, tanto que son gratis. Aportarles suficiente material y formación sería interesante.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medida 2.05. No se habla del producto de motor, Navarider, cuando el gasto fundamental ya está hecho: creación y difusión de la Marca, creación del producto totalmente terminado... - Medida 2.06. Gastronomía, el trabajo de elaborar el calendario ya está hecho, es apoyarlo más, porque hecho está desde hace años.(navarragastronomia.com) - Medida 3.09. Accesibilidad. Hemos presentado a ayudas a Asociaciones un proyecto junto con la ONCE para mejorar la accesibilidad. Si queréis os lo pasamos para que lo haga Gobierno. - Medida 5.09. Entidad Gestora de Segmentos. Es la única vez que he visto hablar de un Cluster para gestionar un proyecto. El Cluster de Turismo Integral donde se encuadraría??
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>No es susceptible de incorporación al plan</p>
<p>RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN</p>	<p>Las aportaciones planteadas son peticiones concretas, ciertamente interesantes y susceptibles de ser tenidas en consideración en el proceso de ejecución del Plan, pero no procede su incorporación a un Plan Estratégico.</p>
<p>TEMA UNIFICADO: Demandas particulares</p>	

■ Comentario 27

TÍTULO y/o ENTIDAD	[REDACTED], Escuela de turismo
CONTENIDO	Dentro del plan de formación, ¿por qué no está planteada la propuesta de una Escuela de Turismo?, hace años había una y muchos profesionales que ahora estamos en activo, nos formamos allí. Es importante para el sector y para que se forme a personas con calidad
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	Las aportaciones planteadas son peticiones concretas, ciertamente interesantes y susceptibles de ser tenidas en consideración en el proceso de ejecución del Plan, pero no procede su incorporación a un Plan Estratégico.
TEMA UNIFICADO: Demandas particulares	

Por otras vías se recibieron aportaciones y sugerencias particulares, en este caso, procedentes de [REDACTED], técnico de turismo en el Servicio de Marketing Turístico. A continuación, se estructuran las aportaciones de forma similar a los comentarios de la web.

■ Comentario 28

<p>TÍTULO y/o ENTIDAD</p>	<p>[REDACTED], Presentación del Plan</p>
<p>CONTENIDO</p>	<p>Presentación: El plan adolece del necesario trabajo en equipo que se debía haber llevado a cabo tal y como se pedía en el pliego de condiciones y entiendo que es imprescindible para realizar un trabajo exhaustivo y con conocimiento de causa. Se debían de haber conformado equipos de trabajo para ir perfilando el documento final y no únicamente reuniones esporádicas y masivas que si bien son positivas debían ser complementarias al trabajo continuado y metódico de los equipos de trabajo. En estos equipos debían de haber estado el personal de la Dirección General + personas referenciales del turismo y responsables de las entidades gestoras del turismo de Navarra.</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>No es susceptible de incorporación al plan</p>

RESPUESTA O
ARGUMENTACIÓN

Se estima que son apreciaciones respetables per no incorporables en el estado actual del plan. Durante el proceso de elaboración del plan ha contado con un importante proceso de participación al que han asistido más de 200 personas. Tal y como se recoge en este informe (documento no incluido en la plataforma de Gobierno Abierto de Navarra por ser de carácter instrumental) el plan ha contado con la participación de diferentes actores:

- Técnicos de la D.G. de Turismo. Se han mantenido reuniones por temática / departamento. Además, estos técnicos han participado en los talleres y reuniones celebradas con el sector.

- Jefes/a de Servicio de la D.G.: se han mantenido numerosas reuniones para informar y tomar decisiones de forma consensuada. Han tenido un seguimiento continuo y permanente del proceso.

- Responsables de otros departamentos del gobierno foral: se han mantenido diferentes reuniones con otros centros directivos implicados en el turismo (Consejera de Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Administración Local, Directora General de Industria, Energía e Innovación, Directora General de Política Económica y Empresarial y Trabajo, Gerente de Proyectos de SODENA, Director-Gerente del Palacio de Congresos y Auditorio / Baluarte)

- Personal de las oficinas de turismo, entidades locales, consorcios, etc.: han participado en los diferentes grupos de trabajo realizados por sus respectivos territorios. Algunos de ellos, además han sido entrevistados en profundidad.

- Asociaciones empresariales: han sido invitadas a los diferentes grupos de trabajo y talleres realizados, habiendo sido muchas de ellas, además, objeto de entrevista en profundidad para conocer sus necesidades y propuestas. Todas las entidades y asociaciones que han manifestado interés en hablar con el equipo redactor, han sido entrevistadas de forma directa y personal.

- Empresarios individuales: han sido invitados a la conferencia estratégica y muchos de ellos a los diferentes talleres y grupos de trabajo realizados. Igualmente, muchos de ellos han sido objeto de entrevista en profundidad.

A modo de resumen:

- Reunión con Técnicos del Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y del Comercio y con Técnicos del Servicio de Marketing y Desarrollo de Productos Turísticos.

- Más de 20 entrevistas personales en profundidad

- 8 grupos de trabajo (4 territoriales y 4 temáticos/segmentos)

- Conferencia estratégica

- 12 talleres relativos a temáticas específicas de segmentos (Rural-Naturaleza, Cultural, Salud, Reuniones-MICE, Familiar-Escolar, Camino de Santiago, Deportivo-Aventuras, o áreas claves para el turismo (formación y empleo, innovación y sostenibilidad, Promoción y Comercialización, Gastronomía, Turismo de Pamplona,

Asimismo, para el desarrollo operativo del plan están programados otros 10 grupos de trabajo, donde está previsto que puedan participar unas 40 personas.

■ Comentario 29

TÍTULO y/o ENTIDAD	██████████, Claves del diagnóstico
CONTENIDO	Claves del diagnóstico: En este apartado no se incluyen datos ni cifras, adolece en mi opinión de un trabajo exhaustivo de búsqueda de datos y no se nos dice en base a que datos se sacan esas conclusiones.
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	Es necesario señalar que los documentos presentados en la plataforma de Gobierno Abierto de Navarra, son solo una parte de los elaborados para el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo. En concreto, el Plan cuenta con un amplio documento de análisis y diagnóstico con más de 246 páginas con índice que se detalla a continuación. Dicho documento está en posesión de la D. G de Turismo y Comercio, del cual se han extraído las claves del diagnóstico para incluirlas a modo introductorio en el documento estratégico de Plan.
TEMA UNIFICADO: Varios	

■ Comentario 30

TÍTULO y/o ENTIDAD	██████████ Evaluación y seguimiento
CONTENIDO	Evaluación y seguimiento: Propone a mí entender unos plazos excesivamente largos de evaluación y seguimiento. Si queremos hacer un plan vivo y en continua mejora se deberían de hacer evaluaciones, trimestrales y anuales.
INCORPORACIÓN AL PLAN:	No es susceptible de incorporación al plan
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	Se estima que son apreciaciones respetables pero no se observa su integración en el plan.El plan se plantea como un Plan-Proceso, en el que cada año se analizan los resultados y se reprograman las actuaciones, en su caso, con lo que se garantiza un óptimo seguimiento del mismo.

■ Comentario 31

TÍTULO y/o ENTIDAD	██████████, Sociedad Pública de Gestión (a)
CONTENIDO	<p>Sociedad Pública de gestión</p> <p>Se debería incluir en el plan la propuesta de estudio a lo largo de 2017 de la posible creación de un ente público de gestión turística de Navarra o similar y no proponerlo como una propuesta ya definitiva, sino como propuesta a estudiar en 2017 o en el plazo de un año. Este ente es demasiado importante como para tomar una decisión sin un estudio previo y que debería llevar un proceso negociador con el personal, proceso que inevitablemente tiene que ser largo y no hacerlo a prisa y corriendo.</p> <p>Propongo cambiar la propuesta de creación de la Sociedad de Gestión por la de que se plantea abrir un proceso de estudio de un año o hasta el 31 de diciembre de 2017 para analizar junto con el personal los pros y los contras de esta entidad y su posible creación detallando su misión y competencias.</p>
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporada
RESPUESTA O ARGUMENTACIÓN	La medida ha sido revisada y dicha revisión se ha trasladado al Plan reflejándose en el mismo como: medida 5.04: Análisis del modelo de gestión óptimo para llevar a cabo la ejecución del Plan.
TEMA UNIFICADO: Ente público	

■ Comentario 32

TÍTULO y/o ENTIDAD	[REDACTED], Sociedad Pública de Gestión (b)
CONTENIDO	<p>S Instrumentos de gestión del plan. UGET</p> <p>Estas Unidades de Gestión deberían de estar más concretadas y sobre todo se debían de haber trabajado más en las zonas, e intentar llegar a un consenso mínimo con los agentes turísticos zonales. Es una medida que puede revolucionar la manera de trabajar en el futuro y que entiendo puede ser positiva pero que va a requerir un trabajo muy intenso. Entiendo que la propuesta que se hace no está suficientemente trabajada en zona y se queda en una propuesta teórica que se debía haber trabajado más.</p>
INCORPORACIÓN AL PLAN:	Incorporación parcial

RESPUESTA O
ARGUMENTACIÓN

La propuesta que se realiza en el Plan sobre esta cuestión pretende dar respuesta a la reitera petición por parte de empresarios y entidades de poner orden y aclarar cómo debe ser la gestión del turismo en los territorios, quién debe participar y cuál es su alcance funcional. En este sentido, el Plan da una respuesta adecuada y racional sobre cómo debe ser la gestión del turismo en los territorios, quienes deben participar y cuáles deben ser sus competencias, teniendo en cuenta la dimensión actual del turismo de Navarra y sus expectativas de crecimiento. Esta red, además, debe ser coherente y debe poder integrarse en la nueva ordenación local de la Comunidad Foral. La negociación con las actuales estructuras, su desvinculación, reconversión o inclusión en las UGET es una cuestión que escapa al cometido de este Plan, y que debe ser resuelto por la D.G. en el desarrollo normal de sus funciones. Desde la fase de elaboración se han ido recogiendo comentarios sobre las UGET, dudas sobre su composición, su delimitación territorial y sus funciones.

Durante las presentaciones del Plan se trataron de resolver las inquietudes al respecto indicando que las UGET estarían conformadas por entes públicos y privados y que se trata de una organización para gestionar espacios turísticos, no para crear distintos destinos, ya que el objeto de este Plan tiene un único destino, Navarra.

Asimismo, en el Plan se dedica un apartado (6.2 Gestión de espacios turísticos) a la explicación de esta figura, los entes que la formarían y las funciones esenciales que tendrían. Tras las sugerencias aportadas por varios agentes en las presentaciones del plan sobre la demarcación territorial de las UGET, se modifica el planteamiento inicial para, finalmente, establecer que la delimitación de estos entes estará definida por los límites comarcales oficialmente establecidos.

TEMA UNIFICADO: UGET

■ Comentario 33

TÍTULO y/o
ENTIDAD

██████████, Anexo fichas medidas

<p>CONTENIDO</p>	<p>Anexo:</p> <p>El Plan nos debería de concretar no solo el qué se quiere hacer si no el cómo. En todas las medidas que se formulan no nos proponen como se van a llevar a cabo, con lo que en mi opinión carecen de validez. El lenguaje que se emplea repite continuamente verbos como: La medida puede incluir, será necesario definir a nivel general los criterios, debe contar con, es también necesario revisar, debe tener un papel más... Yo creo que en vez de quedarse en el debe, puede, etc... deberían aparecer expresiones como se propone tal y tal actuación para mejorar tal y tal problema, se tomará tal medida o se propone tomar tal medida, etc... El Plan debe de decir concretar para la Dirección General lo ponga en marcha, si no carece de validez práctica y se queda en la teoría.</p> <p>Otro ejemplo.</p> <p>El plan en una de sus medidas enuncia:</p> <p>Las acciones contempladas en esta medida cubren:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración del material promocional necesario - Acciones de promoción en foros, revistas y webs. - Acciones de promoción online (SEM) segmentadas por palabras clave - Acciones de promoción sobre asociaciones y grupos organizados vinculados a esos nichos de mercado y perfiles específicos de clientes. <p>De nuevo estamos en la inconcreción, no dice ni cuantas acciones, ni de qué tipo, ni en qué proporción, ni a que mercados, etc... como este caso son casi todas las medidas del plan.</p> <p>Ya sabemos que se propone hacer el plan de actuaciones y el de marketing, etc... pero entre tanto estas medidas del plan estratégico deberían de concretarse más.</p> <p>En ningún momento cuantifica el costo de las medidas, en el plan debería haber un cuadro económico-financiero detallado del coste previsto de cada medida, para estas propuestas sean realistas.</p>
<p>INCORPORACIÓN AL PLAN:</p>	<p>Incorporada</p>

RESPUESTA O
ARGUMENTACIÓN

Se estima que son apreciaciones respetables pero no se observa su integración en el plan. Al tratarse de un Plan Estratégico, éste debe marcar las líneas generales actuación y las orientaciones estratégicas que deben guiar el desarrollo del sector en los próximos años. Un plan estratégico no descende hasta el nivel de concreción reclamado en la cuestión, siendo eso más propio de un plan de actuación o un plan de desarrollo, que además, normalmente, tiene un alcance territorial o temático más limitado.

TEMA UNIFICADO: Varios

2 ANEXOS

2.1. Anexo 1: Asistentes a las Jornadas de presentación del Plan Estratégico de Turismo de Navarra

	Nombre	Entidad	Jornada de Presentación
1	[REDACTED]	Alcalde de Liédena	Lumbier
2	[REDACTED]	Agente de desarrollo de zona de Cederna-Garalur	Lumbier
3	[REDACTED]	Alcaldesa de Lumbier	Lumbier
4	[REDACTED]	Alcaldesa de Lizoain-Arriasgoiti	Lumbier
5	[REDACTED]	Concejala de Aoiz	Lumbier
6	[REDACTED]	Alcalde de Aoiz	Lumbier
7	[REDACTED]	Asociación Orreaga-Irati	Lumbier
8	[REDACTED]	Alcalde de Isaba	Lumbier
9	[REDACTED]	Agroturismo M ^º Cruz	Lumbier
10	[REDACTED]	Empresa AuriaOrreaga	Lumbier
11	[REDACTED]	Hípica Arbaiun	Lumbier
12	[REDACTED]	Asociación Casas y Apartamentos rurales V. Roncal	Lumbier
13	[REDACTED]	Casa Catalingarde I y II	Lumbier
14	[REDACTED]	Concejal del Ayuntamiento de Tudela	Tudela
15	[REDACTED]	Consortio Eder	Tudela
16	[REDACTED]	Consortio Eder	Tudela
17	[REDACTED]	Apartamentos Iribarren	Tudela
18	[REDACTED]	Concejal del Ayuntamiento de Tudela	Tudela
19	[REDACTED]	Alcalde del Ayuntamiento de Castejón	Tudela

	Nombre	Entidad	Jornada de Presentación
20	[REDACTED]	Concejal del Ayuntamiento de Castejón	Tudela
21	[REDACTED]	Apartamentos San Roque	Tudela
22	[REDACTED]	Casa rural Angelita	Tudela
23	[REDACTED]	Compañía de guías de las Bardenas	Tudela
24	[REDACTED]	Sendaviva	Tudela
25	[REDACTED]	Bardenas Reales	Tudela
26	[REDACTED]	técnica de turismo del ayuntamiento de Tudela	Tudela
27	[REDACTED]	Alcalde del Ayuntamiento de Tudela	Tudela
28	[REDACTED]	Particular	Tudela
29	[REDACTED]	ZugarramurdikoGarapena (gestora cuevas y museo)	Bertiz
30	[REDACTED]	Baztan-Bidasoa Turismoa	Bertiz
31	[REDACTED]	Baztan-Bidasoa Turismoa	Bertiz
32	[REDACTED]	Presidenta de Cederna-Garalur	Bertiz
33	[REDACTED]	Fuente Hermosa Landa Etxea	Bertiz
34	[REDACTED]	Gerente de Consorcio Plazaola	Bertiz
35	[REDACTED]	Lursarea (Nasuvinsa)	Bertiz
36	[REDACTED]	Lursarea (Nasuvinsa)	Bertiz
37	[REDACTED]	Agente Cederna-Garalur (Erro-Esteribar-Aezkoa)	Bertiz
38	[REDACTED]	Gainko Borda Landetxea	Bertiz
39	[REDACTED]	ArantzaHotela	Bertiz
40	[REDACTED]	DantxarineaElkartea	Bertiz
41	[REDACTED]	BKZ- Navarra Aventura	Bertiz
42	[REDACTED]	AtxaspiHotela and Film	Bertiz
43	[REDACTED]	Hípica Ordoki	Bertiz
44	[REDACTED]	Hípica Ordoki	Bertiz
45	[REDACTED]	Hostal Gartxenia	Pamplona
46	[REDACTED]	ANAPEH	Pamplona
47	[REDACTED]	Guide de Navarre	Pamplona
48	[REDACTED]	Casa Iriarte	Pamplona
49	[REDACTED]	OvertrailsIncoming	Pamplona
50	[REDACTED]	Mirua Actividades Naturaleza	Pamplona

	Nombre	Entidad	Jornada de Presentación
51	[REDACTED]	SakanakoGarapenAgentzia	Pamplona
52	[REDACTED]	Asociación Casco Antiguo	Pamplona
53	[REDACTED]	AEHN	Pamplona
54	[REDACTED]	AT. Center Pamplona Apartaments	Pamplona
55	[REDACTED]	Hotel Maisonnave	Pamplona
56	[REDACTED]	Hotel Maisonnave	Pamplona
57	[REDACTED]	Ayuntamiento de Pamplona	Pamplona
58	[REDACTED]	Museo de la Catedral	Pamplona
59	[REDACTED]	Hear of Pamplona	Pamplona
60	[REDACTED]	Basojaun	Pamplona
61	[REDACTED]	Asociación Restaurantes del Reyno	Pamplona
62	[REDACTED]	Apartamentos Ayla	Pamplona
63	[REDACTED]	Enjoy Pamplona	Pamplona
64	[REDACTED]	Navarra Adentro	Pamplona
65	[REDACTED]	Consortio Zona Media	Pamplona
66	[REDACTED]	Guiarte Servicios Turísticos	Pamplona
67	[REDACTED]	Guiarte Servicios Turísticos	Pamplona
68	[REDACTED]	Casa Baleztana / Ayto. Lantz	Pamplona
69	[REDACTED]	Infotactile	Pamplona
70	[REDACTED]	Iruñazarra	Pamplona
71	[REDACTED]	Hostal Arostegui	Pamplona
72	[REDACTED]	Hostal Huartearena	Pamplona
73	[REDACTED]	Korolevstvo Navarra	Pamplona
74	[REDACTED]	Asociación Estemblo (Acedo)	Pamplona
75	[REDACTED]	Entrevinos	Pamplona
76	[REDACTED]	AHRN-Recrea, Consortio Tierras de Javier, Hotel Rural	Estella
77	[REDACTED]	Concejala de Lapoblación	Estella
78	[REDACTED]	Walknnature	Estella
79	[REDACTED]	CR Urbasa	Estella
80	[REDACTED]	Camping Acedo	Estella
81	[REDACTED]	Consortio Turístico Tierra Estella, Cara Rural	Estella

	Nombre	Entidad	Jornada de Presentación
		Landa	
82	[REDACTED]	Albergue la casa mágica	Estella
83	[REDACTED]	Asociación TEDER	Estella
84	[REDACTED]	Asociación TEDER	Estella
85	[REDACTED]	Asociación TEDER	Estella
86	[REDACTED]	CR Txandia. Asociación CR. Tierra Estella	Estella
87	[REDACTED]	CR Basaula	Estella
88	[REDACTED]	Ayuntamiento Deierri, Camping Aritzaleku	Estella
89	[REDACTED]	Asociación Hostelería	Estella
90	[REDACTED]	Asociación Hostelería-comercio Estella-Lizarra	Estella
91	[REDACTED]	Consortio de Desarrollo de Zona Media	Estella
92	[REDACTED]	Consortio Zona Media	Estella