

3.2.1. ÁREAS MUNICIPALES. ECONOMÍA LOCAL SOSTENIBLE. COMERCIO.

CAMPAÑAS DE DINAMIZACIÓN Y ANIMACIÓN COMERCIAL.

FERIA DEL STOCK 2018. Por primera vez desde 2007 el Ayuntamiento de Pamplona no organiza la Feria del Stock, aunque colabora con el evento contribuyendo a su financiación y apoyando la difusión del mismo, a través de diversos medios, además de los municipales. Participan 51 firmas comerciales ocupando un total de 69 stands.

DÍA DEL LIBRO Y DE LA FLOR. Como cada 23 de abril y en conmemoración con el Día Mundial del Libro 15 librerías de Pamplona ofrecen descuentos del 10% y reparten 4.000 flores en el cruce de Carlos III con Avda de Roncesvalles, con la undécima jornada del Día del Libro y de la Flor.

CREACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA MARCA “COMERCIO DE PAMPLONA”. El Servicio de Comercio considera importante contar con su propia marca identificativa para unificar el concepto comercio de proximidad en la mente de la ciudadanía, clientes y visitantes.

Se reciben cuatro propuestas creativas y la marca elegida se presenta públicamente el 6 de junio en rueda de prensa, junto con la programación de Comercio Hace Ciudad.

COMERCIO HACE CIUDAD. A lo largo de todo el mes de junio, se ofrecen actividades para todos los públicos como atracciones en la calle, talleres infantiles, promociones especiales, teatro, o música. En el Casco Antiguo se celebra la ya tradicional ‘Noche en Blanco y Rojo’, con desfiles de moda, talleres, exposiciones, pasacalles, degustaciones, conciertos y descuentos especiales por parte de los casi 100 comercios que participan permaneciendo abiertos hasta las 10 de la noche.

Un total de 9 Asociaciones de Comerciantes de la ciudad colaboran con el Ayuntamiento de Pamplona en la puesta en marcha de todas las actividades a lo largo de 5 fines de semana consecutivos, llenando así de animación y contenido sus respectivas zonas comerciales.

MERCADO MEDIEVAL DE LOS TRES BURGOS. Dentro de los actos conmemorativos del Privilegio de la Unión, se celebra los días 7, 8, y 9 de septiembre con 120 puestos repartidos por las principales calles del Casco Antiguo. Demostraciones de oficios de antaño, teatralizaciones y ambientación musical completan esta pintoresca muestra de la vida en general, y el comercio en particular, de la Pamplona Medieval.

CAMPAÑA PRESTIGIO COMERCIO. Para dar a conocer la marca Comercio de Pamplona, más que compras, se realiza una importante campaña de comunicación y prestigio de dicha marca, con la distribución de 40.000 bolsas en 600 comercios de la ciudad, bolsas con el logo como protagonista, y que se entregan a los y las clientes por las compras realizadas.

El Alcalde Joseba Asirón y la concejala delegada del Área, Patricia Perales, presentan la campaña acompañados por diversas personalidades de diferentes ámbitos en Navarra, como Miguel Induráin, Enrique Martín, Iñaki Andradas, Koldo Roderó, Adriana Eransus, Susana Rodríguez, Maite Sota y Sagrario Alemán. La presencia del mundo de la cultura, el deporte, las artes, la gastronomía, la literatura y la enseñanza simboliza también la unión de la ciudadanía con

su comercio de toda la vida.

ENSANCHE LA NUIT. Elige los años 80 como eje de su novena edición. El Ayuntamiento de Pamplona y la Asociación de Comerciantes del Ensanche, junto con cerca de 80 establecimientos de comercio y hostelería, organizan el evento el último fin de semana de septiembre, para celebrar la llegada de la nueva temporada en compañía de clientes y visitantes. Pintura, música, baile, conciertos, promociones y descuentos, entre otros muchos atractivos, convierten la zona comercial del Ensanche en una gran fiesta para ciudadanía y clientes.

III SEMANA DEL PRODUCTO LOCAL. A lo largo de 4 días se desarrolla este evento con una calurosa acogida tanto de vecinos/as como de turistas que aprovechan el puente del 12 de octubre para visitar Pamplona. La Plaza del Castillo acoge 40 puestos atendidos por productores/as pertenecientes a la Asociación de Elaboradores de Alimentos Artesanos, CPAEN e Intia. Demostraciones, catas, charlas, talleres y excursiones completan la oferta centrada en la importancia del producto local para la ciudad y para Navarra en general. Además de los puestos destinados a venta y al fomento del contacto entre productor y consumidor final, se instalan dos grandes carpas de diferente tamaño (15x15 y 10x10 metros), que albergan la taberna y el espacios de charlas, catas y demostraciones respectivamente.

Los hoteles, con desayunos de marca “producto local” y el mercado municipal de Santo Domingo se suman a la celebración del evento.

Geltoki es la sede en la que se celebran 2 jornadas técnicas:

“Alimentación, territorio y desarrollo rural”

I Jornada de Turismo gastronómico de Pamplona

BLACK FRIDAY. El 23 de noviembre de 2018 tiene lugar la quinta edición de esta campaña promocional a la que se suman casi 200 establecimientos de 6 zonas comerciales de Pamplona, y en la que el Ayuntamiento colabora con la difusión de las ofertas y descuentos, dando impulso al comienzo de las compras de Navidad.

CAMPAÑA DE NAVIDAD 2018-2019.

ILUMINACIÓN NAVIDEÑA. La empresa Blachere Illumination es la adjudicataria del contrato de iluminación y la encargada de mantener el encendido desde el 29 de noviembre de 2018 (San Saturnino, fecha tradicional de inauguración de campaña navideña en Pamplona) hasta el 6 de enero de 2019. Se colocan 193 arcos en las calles y 140 motivos decorativos en farolas y se dota de iluminación especial cinco plazas: Merindades, Príncipe de Viana, Plaza de la Libertad, Plaza del Castillo y Casa Consistorial. Además, en el paseo peatonal de Carlos III se vuelven a instalar dos árboles de Navidad de gran tamaño y se ilumina la fachada del Teatro Gayarre.

DECORACIÓN NAVIDEÑA A LAS PUERTAS DE LOS COMERCIOS. El reparto de arbolitos y figuras decorativas en diferentes lugares del Casco Antiguo y el Ensanche se ha ido ampliando año tras año, llegando así a más zonas de la ciudad. El servicio de Comercio gestiona, reparte y recoge un total de 408 figuras navideñas a pie de calle, en otros tantos establecimientos de 8

zonas comerciales.

Se reparan 66 figuras y se adquieren 46 nuevos arbolitos con el fin de renovar el parque de motivos navideños.

FERIA DE NAVIDAD Y OTROS ESPACIOS DE ANIMACIÓN. La Feria de Navidad abre sus puertas desde el 14 de diciembre de 2018 hasta el 6 de enero de 2019 con 27 puestos artesanos. Se instalan dos grandes centros de animación en las dos principales zonas comerciales del centro de Pamplona: una carpa de 400 metros cuadrados en la Plaza del Castillo y otra de 225 metros cuadrados en Carlos III. Ambos espacios albergan todo tipo de actividades atractivas para el público familiar en general. Los tradicionales Paseos Dulces de Navidad, chocolate popular y villancicos, pista de juegos en Paseo de Sarasate, y animaciones por los barrios completan la oferta de animación y dinamización de la campaña más importante del año para el comercio de cercanía, como es la de Navidad.

MERCADOS MUNICIPALES DE ENSANCHE Y ERMITAGAÑA

El Ayuntamiento de Pamplona y los mercados municipales de Ensanche y Ermitagaña desarrollan a lo largo del año diferentes acciones, ya consolidadas en el calendario de eventos, buscando la promoción del producto y de la marca Mercados Municipales como referente de productos frescos y de calidad.

En octubre de 2018 se adhiere al Plan de Marketing de Mercados Municipales el Mercado de Santo Domingo.

Enero: Elaboración y degustación de batidos saludables en los Mercados de Ensanche y Ermitagaña, con la intervención de una nutricionista que además de la degustación, ofrecía consejos sobre buenos hábitos alimenticios.

Febrero: Sorteo de 225 cheques-compra por valor de 10 euros cada uno, para gastarlos en los mercados municipales.

Marzo y noviembre: Ruleta de los mercados, una acción promocional puesta en marcha desde 2009 y en la que, por comprar en el mercado, se entra en el sorteo directo de cientos de productos de los diferentes puestos.

Marzo, junio, septiembre y diciembre: Talleres especiales por las diferentes épocas vacacionales (Semana Santa, verano y Navidad) y por la Vuelta al Cole (septiembre). Dirigidos a niños y niñas de entre 8 y 12 años, con el precio de 2 euros por persona. 200 niños/as acuden a estas formaciones.

Abril y octubre: Saborea la Primavera y Saborea el otoño. Degustación de 900 pinchos con productos de los mercados, elaborados por cocineros/as de referencia en Pamplona y al precio popular de 1 euro por pincho y vino de Navarra. Los mercados municipales destinan el importe recaudado, como siempre, a un fin social o solidario siendo en 2018 la Asociación Navarra de Parkinson y Adacen las dos entidades destinatarias de la cantidad obtenida.

Mayo: Degustación de productos de Navarra: 450 raciones de cordero se reparten entre clientes para promocionar este producto.

Junio: Comercio Hace Ciudad-Vive el verano en los mercados, tradicional entrega de flores (gerberas) a las personas que compran en los mercados en ese día, dando así la bienvenida al verano. Se reparten 3.000 flores.

Todo el curso escolar: Visitas de los colegios de Pamplona para realizar la actividad “Aliméntate bien con los productos de nuestra tierra”, para escolares de cuarto, quinto y sexto de Primaria. Paseo por los puestos del mercado, información de carácter nutricional y sobre hábitos saludables y confección de receta en directo, que se llevan los niños y niñas como almuerzo. 15 grupos escolares solicitan la visita, que aprovechan casi 400 alumnos y alumnas.

Casi 400 personas acuden a estas formaciones a lo largo del curso escolar.

Diciembre: Campaña de Navidad, con la tradicional entrega del calendario de los Mercados entre clientes. Se reparte un total de 11.800 ejemplares.

̄APOYO A PERSONAS EMPRENDEDORAS Y EMPRESAS

Denda Naiz – Soy Comercio. Iniciativa de aceleración de proyectos dirigida a apoyar el desarrollo de ideas de negocio con carácter innovador para poner en marcha nuevos negocios diferenciadores en Pamplona. En 2018 las participantes en el programa fueron 20 personas emprendedoras con 15 proyectos.

Jornadas de Tendencias para Comercio. Dirigidas a comerciantes de Pamplona, su objetivo es acercar a los y las participantes temáticas como las tendencias y oportunidades de futuro en el comercio local, la motivación comercial y las redes sociales para promocionar la tienda física. Asistieron 352 personas.

Pamplona Emprende. Cooperativo y social. Con el objetivo de impulsar la creación de nuevas iniciativas empresariales en economía social, este programa ha perseguido capacitar a las personas participantes para emprender en el ámbito del Cooperativismo y la Economía Social, como sector que puede dar respuestas innovadoras a necesidades sociales y al desarrollo de una sociedad más participativa y cohesionada. El programa se desarrolló a través de dos acciones principales, el congreso “Emprendimiento, Innovación Social y Cooperativismo”, que ofreció una visión global de las oportunidades y retos de este sector a las 70 personas asistentes, y el curso “Emprendimiento, Innovación Social y Cooperativismo”, dirigido a personas interesadas en emprender en el sector de la Economía social, así como a personas integrantes de cooperativas y de iniciativas de economía social que quisieran adquirir competencias emprendedoras, de generación de nuevos proyectos y de innovación, curso al que inicialmente se inscribieron 74 personas, siendo la media de asistencia en torno a 22 personas.

Ciclo de Emprendimiento Femenino. Este ciclo constó de tres jornadas, en las que se trataron la financiación, la integración del impacto social generado por las empresas en su gestión empresarial y el Marketing Digital, a las que asistieron 58 personas.

Desde CEIN-Pamplona se realiza, además, la atención a 62 personas emprendedoras derivadas desde el Ayuntamiento de Pamplona.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO DE PAMPLONA 2017-2021 (PECP 2017 – 2021)

En 2017 se decidió realizar un Plan Estratégico de Comercio que marcara las líneas y programas para reforzar la ciudad como cabecera comercial de Navarra, generar economía y empleo, dotar a Pamplona de una oferta diversa y equilibrada en el territorio, y, en definitiva, para conseguir un comercio competitivo, innovador, atractivo, moderno, de calidad, auténtico y cercano a sus clientes, concibiéndolo como un documento que dota a la ciudad de una herramienta fundamental para el diagnóstico del sector y la toma de decisiones respecto a acciones y políticas que se pueden llevar a cabo. Durante 2017 y 2018 se ha elaborado el Plan Estratégico de Comercio de Pamplona, contando para ello con la empresa Ikertalde Grupo Consultor S.A., que fue la adjudicataria del proceso de contratación convocado al efecto.

La elaboración del Plan Estratégico de Comercio tuvo como objetivos el análisis en detalle del marco de la actividad comercial en Pamplona, así como determinar la adecuación de la oferta a la demanda en los distintos barrios y ser un verdadero plan de ordenación con la consolidación y potenciación de su centro urbano y el desarrollo de zonas y ejes comerciales en los diferentes barrios. También había de servir para el diseño de propuestas de actuación concretas combinando acciones comerciales, empresariales o turísticas y determinando acciones armonizadas con la imagen que el Ayuntamiento desea proyectar de una ciudad comercialmente viva y dinámica.

El Plan Estratégico de Comercio de Pamplona (PECP) se elaboró en dos fases de trabajo. La primera fase de diagnóstico, con optimización de la información existente, rondas de entrevistas, observación directa del sector y aportaciones vía on-line. Todo ello puesto en común para la reflexión y debate. Una segunda fase relacionada con el plan de acción, con el análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO). De ahí se derivó un primer borrador que volvió a ser debatido en jornadas de trabajo y con aportaciones on-line hasta la confección definitiva del plan.

El PECP se apoyó en el trabajo compartido desde tres frentes: por una parte, la Mesa de Comercio como eje de la reflexión público–privada del plan; por otra, el contacto directo y particular con los agentes sectoriales; y por último, con un espacio web que se creó para este proyecto como marco de trabajo ágil y abierto a la participación.

El plan de acción del Plan Estratégico de Comercio de Pamplona 2017-2021 ha establecido 5 ejes principales (Espacio Urbano, Cliente, Emprendimiento y competitividad, Relanzamiento asociativo y Gobernanza), con 15 líneas de acción y 50 actuaciones.

VISOR DE COMERCIO – IRUSKAN

Desde el nuevo portal de acceso a la información geográfica de Pamplona, IRUSKAN, se han abierto dos nuevas herramientas web a disposición de toda la ciudadanía: el visor ciudad y el visor comercio.

El visor Comercio es una herramienta para emprendedores o actividades existentes que permite consultar y visualizar información sobre actividades económicas del tejido empresarial de la ciudad, así como localizar posibles locales disponibles.

MESA DEL COMERCIO DE PAMPLONA

En 2018 se reúne en tres ocasiones para, presentar las propuestas que han participado en el contrato de asistencia para la elaboración del diseño de la marca de comercio de Pamplona, explicar el desarrollo del PEC para 2018 y su calendarización, explicar la ejecución del PEC, informar sobre el proceso de selección del/de la Jefe/a del Servicio de Comercio, informar sobre la ejecución presupuestaria del 2018, tratar los contenidos del estudio a elaborar sobre el impacto del Plan de Amabilización, estudio solicitado por el sector comercial y para recoger propuestas de las asociaciones del sector comercial sobre los presupuestos de 2019.