

3.2.4. ÁREAS MUNICIPALES. ECONOMÍA LOCAL SOSTENIBLE. TURISMO.

PRINCIPALES ACTUACIONES

El año 2018 comienza con un Plan Estratégico de Turismo 2017-2019 de la ciudad que se estructura en seis líneas de acción: Gobernanza, Vertebración de Destino, Inteligencia de Destino, Sostenibilidad, Producto y Marketing. El mismo documento define los objetivos de trabajo del Servicio de turismo. Entre ellos, destaca la importancia de definir el posicionamiento de la imagen turística de Pamplona, tanto como destino propio dentro de la estrategia de ciudad, como integrado en la imagen general del turismo de Navarra. Con independencia de los Sanfermines, se apela a una imagen de marca de la ciudad de cara al turismo basado en la sostenibilidad, la calidad de vida (bienestar, salud y accesibilidad), la gastronomía, la tradición unida a la innovación, el desarrollo y la internacionalización; y los valores de sociabilidad, acogida y hospitalidad.

En este sentido, se quiere dotar a Pamplona de una personalidad diferenciada basada en sus elementos identitarios como factor de competitividad turística. Para ello, se apuesta por revisar el papel de Sanfermines como elemento único, universal y diferenciador; y se plantea la necesidad de definir la estrategia turística de la fiesta y mantenimiento del producto a lo largo de todo el año. El plan hace hincapié en trabajar por la mejora de la reputación de la fiesta e incorporar otros recursos como gastronomía, jardines y camino de Santiago.

MESAS DE TRABAJO

A lo largo de 2018 se convocaron dos reuniones dentro de la Mesa de San Fermín, a la que acudieron 7 asociaciones turísticas de la ciudad. También hubo tres encuentros dentro de la Mesa de Gastronomía, con la asistencia de 7 asociaciones turísticas de la ciudad. Y, por último, en la Mesa de Alojamientos, se desarrollaron tres reuniones, en las que se convocaron a 10 empresas participantes.

Por otro lado, se continuó trabajando en las mesas ya existentes del Cluster de Salud y la Mesa Mice. En noviembre de 2018 se comenzó un proceso de reorganización de la mesa Mice.

Se han puesto en marcha los siguientes proyectos:

- Pamplona es verde: servicio de jardines y ecología urbana.
- Estudio impacto turístico de los eventos: Área de cultura
- Cambio de la ordenación de los alojamientos eventuales: Urbanismo

La convocatoria de ayudas para asociaciones de turismo para la realización de actividades de promoción turística durante el año 2017-2018 ha sufrido grandes cambios respecto a la del año anterior, con el fin de adaptarla a los objetivos del Plan Estratégico de Turismo de Pamplona 2017-2019. A la convocatoria del año 2017-2018 se han presentado 7 asociaciones con un total de 31 actividades, de las cuales han sido desestimadas 10. Los gastos totales aceptados ascendían a 146.650,22 € y una vez reducido los ingresos previstos, el déficit ha alcanzado los 89.745,32 €. Se ha repartido un total de 31.088,60 €.

PROGRAMAS DE VERTEBRACIÓN DE DEL DESTINO

DESARROLLO DE NORMATIVA TURÍSTICA DE COMPETENCIA MUNICIPAL

El borrador normativo de cambio del Plan Municipal y del PEPRI del Casco Antiguo se aprueba el 1 de febrero en pleno. Se realiza un proceso participación ciudadana en el que participaron asociaciones de vecinos, asociaciones comerciales y asociaciones turísticas. A finales del año 2018 está pendiente la aprobación en pleno de la propuesta normativa.

Con el fin de luchar contra la oferta ilegal, se realiza un estudio del que se extraen más de 50 alojamientos turísticos ilegales, con dicha información se presenta el 23 de diciembre de 2018 una denuncia al Gobierno de Navarra.

PROMOCIÓN DE LA ACCESIBILIDAD INTEGRAL

Respecto a la señalización turística se realiza un estudio de señalización interpretativa que afecta principalmente a espacios BIC. No se ejecuta a la espera del visto bueno de Príncipe de Viana.

ÁREA DE AUTOCARAVANAS

El área de servicio para autocaravanas, habilitado en Trinitarios, tuvo una ocupación media del 49,21% a lo largo del año 2018. No obstante, en el mes de agosto la ocupación fue plena. Julio y septiembre fueron los meses en los que se superó el 60%, frente a enero y febrero, donde los datos de ocupación apenas reflejan un 15%. La recaudación total ascendió a 64.900 euros.

PARKING AUTOCARAVANAS. PAMPLONA. Inicio jul 2017							
	RECAUDACIÓN 2018			OPERACIONES 2018			PLAZAS: 33
	TELPARK	CAJEROS +TC	TOTAL	TELPARK	CAJEROS +TC	TOTAL	OCUPACIÓN
ENE 18	8,00	1438,00	1.446,00	2	145	147	14,37%
FEB 18	40,00	1544,00	1.584,00	12	156	168	16,42%
MAR 18	54,00	3556,00	3.610,00	11	332	343	33,53%
ABR 18	48,00	4830,00	4.878,00	7	475	482	47,12%
MAY 18	74,00	5868,00	5.942,00	16	554	570	55,72%
JUN 18	30,00	4808,00	4.838,00	2	457	459	44,87%
JUL 18	48,00	10028,00	10.076,00	5	684	689	67,35%
AGO 18	2,00	10.204,00	10.206,00	1	1029	1030	100,00%
SEP 18	12,00	7.294,00	7.306,00	6	709	715	69,89%
OCT 18	20,00	6.302,00	6.322,00	1	602	603	58,94%
NOV 18	16,00	3.790,00	3.806,00	1	360	361	35,29%
DIC 18	52,00	4.834,00	4.886,00	15	467	482	47,12%
TOTAL 2018	404,00	64.496,00	64.900,00	79,00	5.970,00	6.049,00	

AYUDAS A ASOCIACIONES DEL SECTOR TURÍSTICO

La convocatoria de ayudas para asociaciones de turismo para la realización de actividades de promoción turística durante el año 2017-2018 ha sufrido grandes cambios respecto a la del año anterior, con el fin de adaptarla a los objetivos del Plan Estratégico de Turismo de Pamplona 2017-2019. A la convocatoria del año 2017-2018 se han presentado 7 asociaciones con un total de 31 actividades, de las cuales han sido desestimadas 10. Los gastos totales aceptados ascendían a 146.650,22 € y una vez reducido los ingresos previstos, el déficit ha alcanzado los 89.745,32 €. Se ha repartido un total de 31.088,60 €.

PROGRAMAS DE DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

CREACITY

En el marco del proyecto Creacity de cooperación transfronteriza entre Pamplona, Bayona y Hondarribia, se han realizado distintas propuestas de programación turística. Entre ellas, destacan:

- Participación en el Foro de los Patrimonios en Hondarribia para debatir y compartir experiencias en torno al proyecto Creacity. 4-6 de mayo.
- Participación en la Feria del Jamón (Foire au Jambon 2017) en Bayona, los días 14, 15 y 16 de abril de 2017. Presencia de las tres ciudades socias Bayona, Hondarribia y Pamplona con presencia de producto gastronómico de cada una de las ciudades.
- Festival de Murallas (del 3 al 23 de agosto): La muralla a la luz de las velas 2017; un paseo iluminado por miles de velas, con conciertos en vivo y puestos de hostelería donde se pueden degustar pintxos y bebida con DO de Navarra; Coros en el Fortín de San Bartolomé: los domingos 6, 13, 20 de agosto participan un coro de Bayona y dos de Pamplona dentro de las actuaciones de hermanamiento y trabajo conjunto Creacity.
- Presentación del programa Ciudades Creativas Kreanta. Creacity: "Valorización del patrimonio fortificado en la región transfronteriza Hondarribia-Bayonne-Pamplona" en las Jornadas Internacionales Ciudades Creativas, en Irún 18-20 de octubre de 2017.
- Participación de las tres ciudades en la feria de Cuadernos de Viaje más importante de Europa, en Clermont Ferrand (Francia). Del 17 al 19 de Noviembre. Presentación del cuaderno de viaje: "Érase una vez.... tres ciudades y una muralla.
- Presentación del Cuaderno de Viaje en el marco de la Feria 948 Merkatua. El 17 de noviembre en la antigua estación de autobuses (Geltoki).
- Del 6 al 10 de diciembre presencia del Cuaderno de Viaje en la Feria del Libro y Disco de Durango.

PAMPLONA IRUÑA CARD

En el año 2018 se cambia el enunciado del convenio y se finaliza la tramitación administrativa. Firman el convenio 9 nuevas empresas, alcanzando la cifra de 29 empresas adheridas. Se emiten 339 tarjetas. Comienza la comunicación en todos los soportes del Servicio de Turismo, oficina de turismo, edículos, etc. Se realizan unos flyers que se colocan en los establecimientos adheridos.

PAMPLONA ES VERDE

En el año 2018 se desarrolla un estudio de valorización turística de los parques y jardines de la ciudad. Se establece las líneas de desarrollo del producto y se incluye este nuevo producto en todos los soportes promocionales desarrollados.

OTRAS ACCIONES

- **Eventos:** se desarrolla un estudio de análisis del sector de festivales y grandes eventos en la ciudad con la finalidad de establecer líneas de trabajo. Comienzan los contactos con el Navarra Arena para la mejora de la acogida del cliente que participa en grandes eventos. Se editan tres guías turísticas – culturales de la ciudad: enero – junio, julio-octubre y noviembre – diciembre.
- **De la huerta a la mesa:** bajo este producto turístico se engloban todas las acciones desarrolladas por el Servicio. En el verano se promueven más específicamente catas en hoteles de la ciudad, sustituyendo así, las catas antes realizadas en la sala de la calle Descalzos. Se desarrolla la Semana del Producto Local con el servicio de comercio, en aras a ofrecer experiencias turísticas ligadas a las huertas de Pamplona y los productos locales navarros.
- **Mesa Mice:** se realiza una acción comercial para agentes de Euskadi.
- **Cluster de Salud:** se acompaña al cluster de Salud a Benidorm el mes de noviembre para la presentación del destino ante el mercado ruso.
- **Producto pelota:** se apoya la realización de un seminario en torno a la pelota los días 11 y 12 de junio, en el que se analizan diferentes aspectos sensibles de formar parte de un producto turístico (arquitectura, historia, valor social...).

MARKETING Y COMUNICACIÓN

En el año 2018 se ha trabajado por la definición de un Plan de Comunicación para el Servicio de Turismo, que comenzó con la definición del relato, productos y atributos de éstos; medios, calendarización acciones año 2019. En colaboración con ANIMSA se trabaja sobre el contenido de la web de turismo, la cual se incorporará a la web municipal www.pamplona.es/turismo. En el primer semestre del año se realizan aportaciones para la mejora de la información turística de la web sanferminoficial.com.

Se desarrolla la marca **Pamplona es mucho más**. En el mes de abril se realiza la presentación de la marca ante el sector y los medios de comunicación. Posteriormente, se continua con el desarrollo de los mensajes, relato, productos, relato de cada uno de los productos, valores asociados a la marca. Se presenta ante las asociaciones sectoriales en el último trimestre del año.

En el año 2018 se cambia el enunciado del convenio y se finaliza la tramitación administrativa. Firman el convenio 9 nuevas empresas, alcanzando la cifra de 29 empresas adheridas. Se emiten 339 tarjetas. Comienza la comunicación en todos los soportes del Servicio de Turismo, oficina de turismo, edículos, etc. Se realizan unos flyers que se colocan en los establecimientos adheridos.

PARTICIPACIÓN EN FOROS Y FERIAS

- Del 17 al 19 de enero, Participación en la Feria internacional de Turismo (FITUR)
- Presentación del Destino MICE Pamplona-Navarra en las ciudades de Múnich y Dusseldorf, los días 21 y 22 de marzo de 2018.

SERVICIOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Se ha realizado un profundo cambio en las atribuciones del Servicio de Información al visitante de la oficina de turismo y Fortín de San Bartolomé, fruto de la licitación realizada a finales del año 2017, finalmente resuelta en el año 2018. En primer lugar, el Fortín de San Bartolomé pasa a desempeñar las funciones de oficina de turismo. La oficina de turismo desarrolla más funciones en materias de comunicación, de comercialización, promoción de la tarjeta PIC lo que supone un importante impulso del servicio y mejora de su eficacia. Esto deriva en el aumento de las visitas guiadas a particulares por parte de las empresas turísticas de receptivo local y una mejora notable en la comunicación.

OFICINA DE TURISMO

A lo largo de 2018, la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Pamplona atendió a 126.509 turistas frente a los 139.377 de un año antes. Como se puede ver en los datos estadísticos, ha habido un ligero descenso del total de visitantes a lo largo del 2018 respecto al año 2017. Este descenso, se ha dado tanto en visitantes nacionales como en internacionales si bien es más acusado entre el visitante nacional. Las razones del descenso de atenciones en la oficina de turismo pueden deberse a que los turistas ya vienen con material informativo previo (recogido en alojamientos o en otras oficinas de turismo) o bien, en momentos puntuales, al ver fila en la oficina, deciden no esperar y se marchan. El mes de agosto es el mes en el que más consultas se registran.

	AÑO 2018	AÑO 2017
Total visitantes nacionales	79.175	90.259
Total visitantes internacionales	47.334	53.121
TOTAL VISITANTES	126.509	139.377

VISITANTES POR MESES

	Nacional	Internacional	TOTAL
Enero	2.229	574	2.803
Febrero	2.268	565	2.833
Marzo	6.155	1.310	7.465
Abril	6.048	3.833	9.81
Mayo	5.084	7.261	12.345
Junio	6.369	5.669	12.038
Julio	9.998	6.859	16.857
Agosto	17.689	8.469	26.158
Septiembre	8.182	7.154	15.336
Octubre	6.658	4.211	10.869
Noviembre	4.393	879	5.272
Diciembre	4.102	550	4.652
TOTAL	79.175	47.334	126.509

VISITANTES INTERNACIONALES POR PAÍS DE PROCEDENCIA

País	Nº PERSONAS
Alemania	6.069
Andorra	44
Argentina	2.130
Australia	1.140
Austria	381
Bélgica	884
Brasil	401
Canadá	748
Chile	208
China	144
Colombia	376
Corea	433
Dinamarca	230
EEUU	3.675
Francia	14.532
Grecia	114
Holanda	2.216
Hungría	87
India	33
Irlanda	1.024
Israel	222
Italia	3.482
Japón	437
México	589
Nueva Zelanda	169
Países Nórdicos	437
Polonia	284
Portugal	531
Reino Unido	3.348
República Checa	111
Resto África	41
Resto América	665
Resto Asia	154
Resto Europa	680

País	Nº PERSONAS
Rusia	330
Sudáfrica	81
Suiza	476
Turquía	28
Ucrania	20
Uruguay	144
Venezuela	202

De estos datos, se puede concluir que los tres países de los cuales se han recibido más visitantes fueron:

- Francia: 14.532 personas (30,70% de los visitantes internacionales)
- Alemania: 6.069 personas (12,82% de los visitantes internacionales)
- Italia: 3.482 personas (7,35% de los visitantes internacionales)

CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE LAS MURALLAS: FORTÍN DE SAN BARTOLOMÉ

La mayoría de personas atendidas en el Fortín de San Bartolomé fueron nacionales (un 71,98% de los visitantes), mientras que los visitantes extranjeros fueron un 15,43%. En cuanto al perfil, la mayoría fueron personas que vinieron de visita lo hicieron en familia (35,67% de los visitantes).

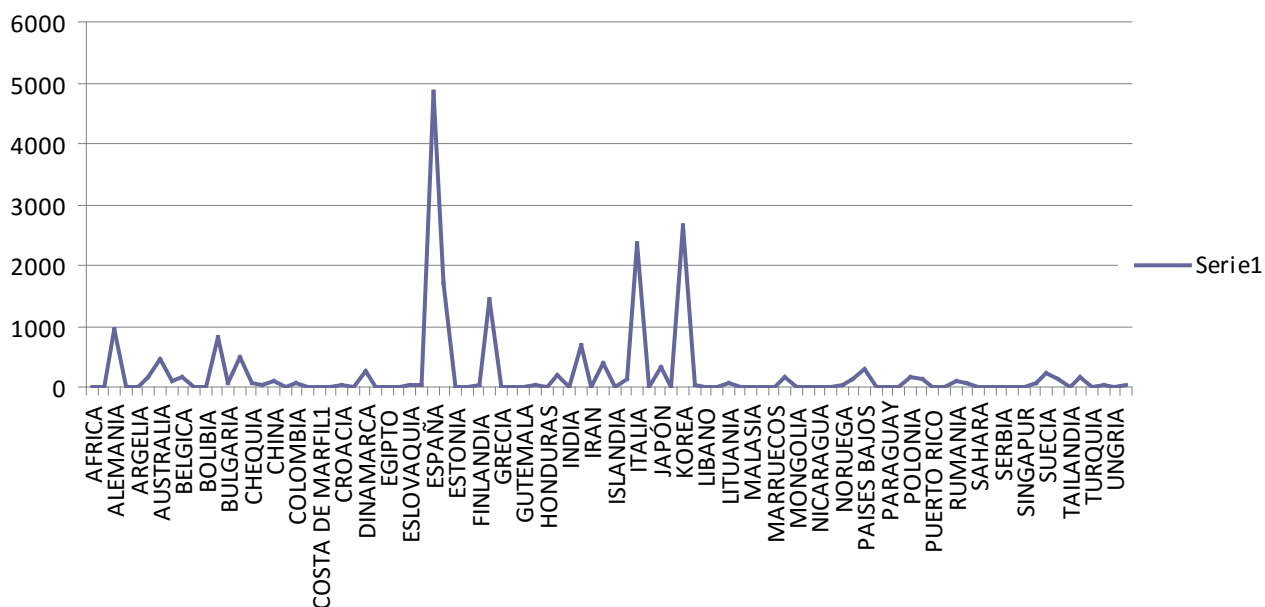
En el año 2018 se realiza un estudio para la renovación de contenidos del Fortín de San Bartolomé, con el fin de que este espacio se convierta en el centro de interpretación de la historia de la ciudad. Tras la realización del estudio, en noviembre se solicita un estudio de musealización, y el desarrollo de contenidos finales, bajo la premisa de la accesibilidad. Al finalizar el año, se entrega el anteproyecto de musealización.

	Att.	Fam.	Pareja	Indiv.	Pereg	Amigo	Trab.	Grupo	Nac.	Inter.	Total
Enero	CERRADO POR OBRAS										
Febr.											
Marzo	306	372	152	41	9	169	4	155	804	101	905
Abril	403	305	278	71	8	236	-	234	747	385	1.132
Mayo	423	316	308	67	12	240	-	255	700	498	1.198
Junio	217	168	150	37	3	126	-	343	427	406	833
Julio	335	401	222	47	10	159	-	110	617	348	965
Agosto	708	883	586	75	13	343	-	22	1.348	586	1.934
Sept.	455	664	400	84	9	232	7	-	703	413	1.116
Octu- bre	310	259	3312	57	14	195	-	143	732	248	980
Nov.	460	474	378	58	1	332	-	8	1.058	193	1.251
Dic.	357	345	276	41	3	225	-	177	1.314	110	1.424
TOTAL	3.974	4.187	3.062	578	82	2.257	11	1.447	8.450	3.288	11.738

SERVICIOS DE ACOGIDA AL PEREGRINO DEL CAMINO

ALBERGUE DE JESÚS Y MARÍA

En el año 2018 se produjo un ligero ascenso del número de peregrinos que pernoctaron en el albergue de Jesús y María, respecto al año 2017 (20.208), siendo agosto, septiembre y octubre el periodo del año con más visitas, seguido de abril y mayo. Entre los peregrinos de origen nacional destacan los madrileños y vizcaínos, mientras que los de origen internacional, destaca Corea e Italia.



PEREGRINOS 2018	
ENERO	251
ESPAÑÓLES	60
EXTRANJEROS	191

PEREGRINOS 2018	
MARZO	1267
ESPAÑÓLES	490
EXTRANJEROS	777

PEREGRINOS 2018	
FEBRERO	399
ESPAÑÓLES	63
EXTRANJEROS	336

PEREGRINOS 2018	
ABRIL	2554
ESPAÑÓLES	454
EXTRANJEROS	2100

PEREGRINOS 2018	
MAYO	3028
ESPAÑÓLES	417
EXTRANJEROS	2611

PEREGRINOS 2018	
SEPTIEMBRE	3082
ESPAÑÓLES	519
EXTRANJEROS	2563

PEREGRINOS 2018	
JUNIO	2490
ESPAÑÓLES	514
EXTRANJEROS	1976

PEREGRINOS 2018	
OCTUBRE	1886
ESPAÑÓLES	428
EXTRANJEROS	1458

PEREGRINOS 2018	
JULIO	1691
ESPAÑÓLES	480
EXTRANJEROS	1211

PEREGRINOS 2018	
NOVIEMBRE	626
ESPAÑÓLES	194
EXTRANJEROS	432

PEREGRINOS 2018	
AGOSTO	3092
ESPAÑÓLES	1145
EXTRANJEROS	1947

PEREGRINOS 2018	
DICIEMBRE	241
ESPAÑÓLES	142
EXTRANJEROS	99

TOTAL PEREGRINOS 2018	20607
------------------------------	--------------

ALBERGUE DE PEREGRINOS DE PADERBORN

El albergue de peregrinos de Paderborn recibió el año 2018 un total de 4.702 peregrinos, de los cuales un tercio provenía de Alemania. El albergue, activo desde 2006, es gestionado con la colaboración de la Asociación de Amigos del Camino de Santiago-Hermandad de Santiago en Paderborn.