

## 2.2.2.

# COMERCIO

## CAMPAÑAS DE DINAMIZACIÓN Y ANIMACIÓN COMERCIAL

**NAVIDAD 2018-2019.** Finalización de la segunda parte de la campaña, con actividades de animación y dinamización en el centro de la ciudad y en sus barrios, todas ellas destinadas a fomentar la afluencia a los principales ejes comerciales de la ciudad.

**FERIA DEL STOCK 2019.** Organizada por las diferentes asociaciones de comerciantes de Pamplona, el servicio contribuye a la realización de la XIII edición Pamplona Stock con la comunicación y difusión del evento.

**CAMPAÑA DE APOYO AL COMERCIO LOCAL "SEMBRANDO AQUÍ YO TAMBIÉN CREZCO".** En el Área se decide llevar a cabo una campaña de comunicación sobre la importancia de consumir en el comercio local, una vez recogidas las opiniones de la mesa técnica, en la que hay consenso para lanzar la campaña de imagen del comercio local. Se hace a través de diferentes soportes publicitarios y se prolonga durante toda la primavera.

**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 avenida de Roncesvalles, en la XII jornada del Día del Libro y de la Flor. Como novedad, el Área se suma a la campaña "Pamplona es flor", impulsada por el Servicio municipal de Jardines, y en el escenario de venta de libros se realiza un mosaico con plantas. La segunda parte de la acción permite a la ciudadanía llevarse una de las plantas a cambio de un euro simbólico y la cantidad recaudada se donada en libros por la Asociación de Libreros Diego de Haro al Complejo Hospitalario de Navarra.

**COMERCIO HACE CIUDAD.** A lo largo del 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 nueve 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.

**SAN FERMÍN.** Desde el Servicio de Comercio se propone en Mesa Técnica que los comerciantes se sumen a la campaña general del Ayuntamiento de Pamplona para luchar contra las agresiones sexistas en San Fermín utilizando sus escaparates. La zona comercial de Martín Azpilcueta lleva a cabo esta actividad.

También se lleva a cabo el convenio con las diferentes asociaciones de producto local de Navarra (Asociación de Elaboradores de Alimentos Artesanos, CPAEN y Reyno Gourmet), para la instalación del espacio en Carlos III, cruce con avenida de Roncesvalles, con la exposición y venta de los más representativos productos de Navarra.

**MERCADO MEDIEVAL DE LOS TRES BURGOS.** Dentro de los actos conmemorativos del Privilegio de la Unión, se celebra los días 6, 7, y 8 de septiembre con 120 puestos repartidos por las principales calles del Casco Antiguo. Demostraciones de oficios de antaño, teatralizaciones y ambientación musical completan esta muestra de la vida en general, y el comercio en particular, de la Pamplona Medieval.

**ENSANCHE LA NUIT.** En 2019 esta actividad cumple su décima edición y lo hace con guiños a temáticas de años anteriores. El 4 de octubre se organiza un programa de actividades para acercar al público a la zona comercial y dar a conocer las novedades de la recién estrenada temporada otoño-invierno. Junto a las diversas actividades de animación (música, gastronomía, arte y moda), los asistentes pueden disfrutar de una exposición de fotografías antiguas del Ensanche.

**IV SEMANA DEL PRODUCTO LOCAL.** Los días 10, 11, 12 y 13 de octubre tiene lugar la cuarta edición de este evento, que en esta ocasión se centra más en el mercado de productos locales y la formación, con un programa de talleres, demostraciones, charlas y ponencias. La Plaza del Castillo es el punto de encuentro de casi 50 productores con los consumidores, clientes, y público en general interesado en conocer más acerca de los productos locales. Complementan a este punto de venta y de encuentro las visitas guiadas a las huertas de Aranzadi y La Magdalena y excursiones por toda Navarra bajo el nombre del "Experiencias otoñales".

**II Feria de la Edición.** El Área de Gobierno Estratégico, Comercio y Turismo reedita el convenio con la Asociación Navarra de Editores para la instalación de su Feria en el paseo de Sarasate, facilitando de esta manera un espacio céntrico y amplio de la ciudad que sirva de punto de encuentro entre diferentes editoriales y el sector del libro en general.

## **CAMPAÑA DE NAVIDAD 2019-2020**

**ILUMINACIÓN NAVIDEÑA.** El contrato de iluminación 2019/2020 se adjudica a la empresa cordobesa Iluminaciones Ximénez S.A, que presenta una propuesta diferente en forma y colorido a otras anteriores. La novedad en este contrato es la petición por parte del Ayuntamiento de la presentación de espacios de libre creación, para fomentar la importancia de puntos principales de la ciudad (Plaza Consistorial, Plaza del Castillo, Carlos III).

**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. Como novedad en la campaña 2019-2020, se llega a un acuerdo con las asociaciones de comerciantes de Pamplona para que sean los interlocutores directos de la empresa encargada del inventario, reparto y recogida de figuras decorativas. El Área de Gobierno Estratégico, Comercio y Turismo hace un pedido de 70 packs de cajitas decorativas para escaparates, con el fin de ampliar el parque de motivos y dar por amortizados elementos deteriorados por el uso.

**FERIA DE NAVIDAD.** La ya tradicional Feria de Navidad, con sus características casetas de madera, se instala un año más en la Plaza del Castillo. Son 27 los artesanos en la Feria y a lo largo de todas las fiestas navideñas exponen y venden productos, tanto de alimentación, como de otro tipo. A esta Feria se suma el tradicional espacio dedicado a organizaciones que trabajan por el comercio justo. Y este año, como novedad, el Ayuntamiento instala una segunda caseta destinada a diferentes ONG, que han tenido en la misma un importante escaparate para mostrar a la ciudadanía tantos sus proyectos, como sus productos.

**ESPACIOS DE ANIMACIÓN Y ATRACCIONES.** Además de engalanar la ciudad con la iluminación en altura y elementos como árboles gigantes y fuentes, y decorar los comercios haciéndolos protagonistas de la época navideña, el Área de Gobierno Estratégico, Comercio y Turismo asume la labor de realizar una programación especial para todas las vacaciones navideñas, centrada fundamentalmente en el público infantil y por ende, el familiar.

Destacan tres grandes puntos fijos en el centro de Pamplona que ofertan diferentes actividades.

- **Paseo de Sarasate:** Este espacio alberga dos grandes novedades durante esta campaña navideña, con la instalación de un tobogán de nieve artificial, de 8 metros de altura, y una pista de hielo artificial de 200 m<sup>2</sup> cuadrados. Ambas atracciones han contado con un gran respaldo entre el público, tanto adulto como infantil.
- **Plaza del Castillo.** El Ayuntamiento coloca un año más una gran carpa de actividades y promociones en colaboración con la Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo. El espacio dispone de 300 m<sup>2</sup>, que alberga durante dos semanas diferentes actividades de entretenimiento principalmente dirigidas al público infantil.
- **Carlos III,** entre las calles San Fermín y Tafalla, carpa de actividades del Ayuntamiento de Pamplona en colaboración con la Asociación de Comerciantes del Ensanche. 225 m<sup>2</sup> cuadrados que albergan el evento temático "Bienvenidos al Polo Norte", un amplio espacio de juegos y fantasía dirigido al público infantil.

Los barrios cuentan asimismo con sus actividades de animación y dinamización durante la campaña de Navidad 2019-2020 (chocolatadas y castañadas, música, cuentacuentos, espacio photocall, tiouvivos, trenecitos turísticos y rocódromos).

**PASEOS DULCES DE NAVIDAD.** Una actividad consolidada que combina historia, cultura y degustaciones en comercios tradicionales especializados en dulces. En 2019 participan Pastas Beatriz, La Turronería y por primera vez en la historia de la actividad, la Cerería-Confitería Donezar.

## MERCADOS MUNICIPALES DE SANTO DOMINGO, ENSANCHE Y ERMITAGAÑA

---

El Ayuntamiento de Pamplona y los mercados municipales de Santo Domingo, Ensanche y Ermitagaña desarrollan a lo largo del año diferentes acciones, algunas de ellas ya consolidadas en el calendario de eventos. Se pretende promocionar el producto y la marca Mercados Municipales como referentes de productos y alimentos frescos, de cercanía y de contrastada calidad.

**Enero:** Elaboración y degustación de batidos saludables en los tres mercados municipales, con la intervención de una nutricionista que, además de la degustación, ofrece consejos sobre buenos hábitos alimenticios.

**Febrero:** Celebración de San Valentín con degustación e brochetas de chocolate y frutas y por ventas en los mercados, sorteo de cestas de frutas y verduras.

**Marzo:** Ruleta de los mercados, una acción promocional puesta en marcha en 2009 y en la que, por comprar en el mercado, se entra en el sorteo directo de cientos de productos de los diferentes puestos. En 2019 se reduce la acción a una edición al año, en horario de mañana.

**Abril:** Día del Libro. Bajo el título 'Reutiliza, Intercambia, Comparte historias', se realiza una actividad nueva en los tres mercados municipales, que deciden por primer año sumarse al Día Internacional de las Letras, 23 de abril, con un rincón dedicado a los libros. Se invita a los clientes y visitantes a dejar libros en ese espacio, y el día 23 de abril, se hace un intercambio. Las valoraciones de los tres mercados son muy positivas y se decide mantener el rincón de la lectura para futuras actividades.

**Mayo:** Pamplona es flor. Dentro del programa municipal impulsado por técnicos de jardines, bajo el nombre "Pamplona es flor", los tres mercados municipales se suman presentando unas decoraciones que mezclan los coloridos alimentos de los puestos (fundamentalmente frutas y verduras), y las flores y plantas. La empresa MSD Paisajismo realiza los jardines verticales que se exponen a lo largo de una semana en los tres mercados municipales.

**Saborea la Primavera.** Esta es una acción que rinde homenaje a los productos estrella de la temporada, en este caso las verduras de primavera.

En 2019, en un intento de optimizar el presupuesto disponible, se plantea la posibilidad de llevar adelante la actividad con la intervención de sociedades gastronómicas y peñas de Pamplona, lugares en los que el tema cocina y producto están muy presentes. Así, se reparten 750 raciones de ajorriero, cordero al chilindrón, pollo al chilindrón, con la operativa tradicional en esta actividad:

Los clientes pagan 1 euro (con ticket de compra del día), o 2 euros (para quien no haya comprado), y adquieren un pincho y un vino de Navarra. El importe recaudado se destina a un fin social, en este caso, la entidad beneficiaria fue GERNA (Grupo de Enfermedades Raras de Navarra).

Las sociedades participantes fueron: Peña Oberena (Mercado del Ensanche), Txoko del Carnicero (Mercado de Ermitagaña) y Sociedad Gastronómica Napardi (Mercado de Santo Domingo).

**Junio:** Campaña promocional de reparto de bolsas reutilizables. El 14 de junio se inicia el reparto de 10.000 bolsas reutilizables entre la clientela de los tres mercados. Para hacerse con una de estas bolsas plegables y con cremallera haya que presentar ticket de compra del día y contestar a una breve encuesta con el fin de conocer mejor tanto al cliente, como al cliente potencial.

**Septiembre:** Talleres infantiles de vuelta al cole. Como todos los años por estas fechas se programan los talleres destinados a mantener una alimentación sana y equilibrada, en un momento como es el inicio del curso, en el que se necesita un óptimo rendimiento intelectual.

I Concurso de Creatividad y comunicación de los mercados municipales. Se oferta a todos los colegios de Pamplona, pero no hay inscripciones suficientes para llevarlo a cabo.

**Octubre:** Saborea el Otoño y exposición de setas y hongos. Alumnos de la Escuela de Hostelería de Navarra, por primera vez, participan en esta actividad, con un resultado muy satisfactorio tanto para la Escuela, como para los mercados y el Ayuntamiento. Se inicia una colaboración con los futuros hosteleros y cocineros, ya que desde la Escuela manifiestan su interés en continuar participando de acciones como esta. La actividad se complementa con la tradicional exposición de setas y hongos, y el importe recaudado por los 750 pinchos repartidos se destina a la asociación "Menudos Corazones", entidad de apoyo a menores con cardiopatías congénitas y a sus familias

**Noviembre:** Desayunos en los mercados. Acción promocional a lo largo de una semana (del 25 al 28 de noviembre) para fomento de las compras navideñas por la que, por compras en los puestos (dependiendo de sectores y por tanto de importe de gasto), se entrega un vale para desayunar un chocolate o café y una miniatura.

**Diciembre:** Entrega de calendario. Total: 11.800 ejemplares (6.000 para el Mercado del Ensanche, 4.000 para el Mercado de Santo Domingo y 1.800 para el Mercado de Ermitagaña). Este año se imprimen 300 calendarios más con el fin de entregar a las personas y entidades que participaron con su imagen.

Talleres infantiles de cocina saludable en Navidad

Decoración navideña en cada uno de los mercados con materiales del Ayuntamiento.

## 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 2019, a la finalización del periodo de recepción de candidaturas y, a pesar de los esfuerzos realizados en la comunicación del mismo, se reciben 6 solicitudes, cifra inferior al máximo ofertado de 20 plazas. En un primer momento se intenta adaptar el contenido del programa a las solicitudes recibidas, pero tras hablar con las personas solicitantes se desestima, por incompatibilidad de horarios de los participantes, diferentes necesidades de proyecto, etc. Por esto se decide, en connivencia con CEIN, anular el programa.

Una vez se toma la decisión de cancelar el programa en su presente edición, se comunica de forma telefónica con las personas solicitantes para informarles de la anulación y para ofrecerles servicios de CEIN como soporte a desarrollo de su proyecto. En concreto, dos personas acuden a ciclos de aceleradora en el mes de mayo, dos que ya habían cursado aceleradora se les informó y se les inscribe a otros talleres de su interés y se les recuerda el recurso de tutorías individuales para el seguimiento de su proyecto.

**INNOVACIÓN EN COMERCIO.** Ante la situación del programa DendaNaiz/Soy Comercio, se propone lanzar un programa de apoyo al comercio existente en la ciudad de Pamplona denominado "Innovación en Comercio". El programa está focalizado en introducir los cambios que el mundo retail necesita en cuanto a dos conceptos que van de la mano: experiencia de cliente y digitalización.

Los retos clave a los que se enfrenta actualmente el comercio pasan por conocer mejor al cliente y comprender su comportamiento para ofrecer una experiencia personalizada, además de la fusión del mundo físico y digital en una sola experiencia de compra. Teniendo en cuenta estos retos, se define un programa dirigido a un máximo de 15 comercios participantes y que se desarrolla entre los meses de mayo a noviembre. La asistencia es de 15 participantes.

**JORNADAS DE TENDENCIAS PARA COMERCIO.** Dirigidas a comerciantes de Pamplona, su objetivo es acercar a los 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. Este año se programan 13 jornadas dirigidas a comercios de Pamplona, en las que se presentan las últimas tendencias, centrándose principalmente en fomentar la digitalización de los negocios. Con esta iniciativa, se quiere dotar a los comerciantes de Pamplona de herramientas para la modernización de sus negocios, para profundizar en el marketing digital y para la mejora de las ventas. Las sesiones de este año se reparten en dos semestres. En el primero, además de la venta de moda, se abordan temas como la transformación del comercio en la era digital, Facebook e Instagram, el blog y las noticias de interés, la comunicación con el cliente por mailchimp y Whatsapp o la rentabilidad del espacio. A partir de septiembre la formación continua con sesiones centradas en vídeos de Youtube, el e-commerce, los escaparates y el 'visual merchandising' o las ventas en Amazon.

Estas jornadas forman parte de las medidas previstas en el plan estratégico de Comercio de Pamplona, en el eje de emprendimiento y competitividad.

Durante 2019 se planifican las siguientes sesiones:

**4 de marzo (trasladado al 4 de octubre):** "El Arte de vender moda. Últimas tendencias." Con Cristina Navarlaz. Participan 21 personas.

**11 y 12 de marzo:** "Transformación del comercio en la era digital". Con Aleix Vals (LiquiD). participan 20 personas.

**25 de marzo:** "Públicitate en Facebook e Instagram". Con Juana Ciganda (Ciganda + Koch). Participan 42 personas.

**8 de abril:** "Mi primer blog o como generar noticias de interés". Con Alberto Laiglesia (Ilune). Participan 19 personas.

**15 de abril:** "Cómo me comunico con mi cliente: Mailchimp, WhatsApp?". Con Alberto Laiglesia (Ilune). Participan 17 personas.

**20 de mayo:** "Rentabiliza tu espacio al máximo". Con Amaya Lozano de Luks&Company. Participan 16 personas.

**3 de junio:** "Instagram para mi comercio". Con Juana Ciganda (Ciganda + Koch). Participan 23 asistentes.

**23 de septiembre:** "Cómo grabar un vídeo y subirlo a youtube". Con Ana López (Ilune). Participan 10 personas.

**31 de septiembre:** "Cómo subirlo a Youtube". Con Ana López (Ilune). Participan 8 personas.

**7 de octubre:** "El e-commerce es para mí?". Con Juana Ciganda (Ciganda + Koch). Participan 17 personas.

**21 de octubre:** "Visual merchandaising". Con Cristina Navarlaz. Participan 17 personas.

**4 de noviembre:** "Sorprende con tu escaparate de navidad." Con Amaya Lozano (Luks&Company). Participan 19 personas.

**18 de noviembre:** "Incrementa tus ventas con Amazon". Con Alex Saiz Verdaguer (Microapps). Participan 17 personas.

En Total asisten 246 personas.

### **PAMPLONA EMPRENDE: INDUSTRIAS CREATIVAS, DIGITALES E INNOVACIÓN SOCIAL.**

En 2019 se ahonda en dos ejes: seguir profundizando en las oportunidades que las ICDs ofrecen y ver cómo estas oportunidades pueden tener también un carácter social, tanto por su modelo de emprendimiento, como por sus mecanismos de gestión.

Para ello, en primer lugar, se profundiza en las oportunidades y tendencias del mercado con una masterclass abierta al público, con ideas de negocio, ponentes, emprendedoras y emprendedores relevantes del sector. Se realiza en marzo con el contenido: Oportunidades de las Industria Creativas para ofrecer a las personas con interés en emprender en este sector, en primer lugar, un mapa del diagnóstico actual, de cómo están las industrias creativas y digitales en nuestra comunidad y fuera de ellas; en segundo lugar, las oportunidades que generan para el emprendimiento. Y además, se pueden escuchar las experiencias de empresas innovadoras que se han abierto camino en este sector. Es una jornada para el conocimiento y la reflexión de la mano de expertas y expertos.

Participan 90 personas y 8 ponentes.

En segundo lugar, un programa de emprendimiento que ayuda a 20 personas (8 hombres y 12 mujeres) a desarrollar, de manera activa, actitudes y competencias emprendedoras y les capacita para liderar y lanzar nuevas iniciativas empresariales en el sector. Las sesiones tienen lugar de septiembre a noviembre.

## 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 abren dos nuevas herramientas web a disposición de toda la ciudadanía: el visor ciudad y el visor comercio. El visor 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 DE COMERCIO DE PAMPLONA**

---

En 2019 la mesa de Comercio se reúne en dos ocasiones, el 30 de abril y el 27 de noviembre. En la primera de ellas (30 de abril), los temas que se llevan son: explicación del objetivo de la celebración de mesas técnicas mensuales, información sobre el plan operativo de Comercio y resumen del contenido del Plan Estratégico.

Asimismo, se presenta un plan de trabajo adecuado al presupuesto disponible, acompañado de un resumen de acciones principales para que se vaya ejecutando.

En la segunda de las Mesas de Comercio de 2019 (27 de noviembre) se presenta la nueva concejala del Área de Comercio, Ana Elizalde, y se lleva como tema principal las acciones previstas para la campaña de Navidad 2019-2020.

## TURISMO

La actividad del Servicio de Turismo viene definida en el Plan Estratégico de Turismo 2017-2019 en el que se definen los programas de trabajo: gobernanza, vertebración del territorio, inteligencia del destino, sostenibilidad, productos turísticos y marketing y comunicación.

## GOBERNANZA

---

Este programa tiene como finalidad mejorar el sistema de gestión de la política turística de la ciudad. Actuaciones:

**AYUDAS A ASOCIACIONES DEL SECTOR TURÍSTICO.** Con un gasto autorizado por importe de 35.000 €. Esta convocatoria de ayudas establece tres líneas de actuación: 1. acciones de dinamización turística, 2. promoción y 3. creación de producto turístico. Como novedad, en esta nueva convocatoria de ayudas promueve acciones de dinamización con clara vocación y atraktividad turística. Además, se refuerza la línea de ayudas a la creación de producto turístico, con el fin de mejorar la presencia de oferta paquetizada en la ciudad. 7 entidades se presentan a la línea de acciones 3.1. acciones de dinamización turística; 6 entidades a la línea 3.2. de promoción y una entidad a la línea 3.3. creación de producto turístico para un total de 36 actividades y se reparte un total de 21.381,27 €.

## VERTEBRACIÓN DEL DESTINO

---

Este programa tiene como objetivo abordar los diferentes aspectos a desarrollar para consolidar Pamplona desde el punto de vista de destino tales como mejorar la imagen del destino en su conjunto, gestión inteligente de flujos, desarrollar conocimiento turístico, tecnificar el turismo, eficiencia de la inversión pública e identificar y gestionar los posibles impactos negativos de la actividad turística (masificación, suciedad, horarios, alquileres turísticos, ruido...). Se han desarrollado las siguientes acciones:

### NORMATIVA TURÍSTICA DE COMPETENCIA MUNICIPAL

- **Aprobación de las modificaciones relativas al uso de residencia eventual:** El 19 de noviembre de 2019 se aprueba en sesión de pleno las Modificaciones relativas al uso Residencia Eventual, de Plan Municipal y Plan Especial de Protección y Reforma Interior aprobadas inicialmente y publicadas el 01/03/2018 y el 08/02/2018, respectivamente.
- **Informe de seguimiento de la oferta de alojamiento durante los meses de mayo y junio con la oferta de alojamientos turísticos en la comarca de Pamplona que tiene como finalidad identificar la oferta de alojamientos turísticos no regulados en el "destino" Pamplona, que se ofertan en las principales plataformas P2P, en las fechas previas a San Fermín.**
- **Cambio de norma 9 reguladora de precios públicos con el objetivo de fijar tarifas acordes a los precios del mercado y establecer los descuentos derivados del uso de la tarjeta PIC.**

### **SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA.**

Se cambia toda la señalización turística interpretativa de la ciudad, se instala un planero turístico en el ascensor de la Rochapea y se renueva parte de la señalización direccional. Finalmente, se retiran algunas señales direccionales y de localización.

### **OFICINA DE TURISMO Y CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL CAMINO DE SANTIAGO ULTREIA.**

La oficina de turismo continua con las atribuciones reflejadas en la licitación en la que se otorga más funciones en materia de comunicación, de comercialización, promoción de la tarjeta PIC, lo que supone un importante impulso del servicio y mejora de su eficacia. Por otro lado, ante la apertura del Centro de Interpretación del Camino de Santiago - Ultraia en el mes de marzo y la resolución pendiente de las obras del Fortín de San Bartolomé, se traslada el puesto de información del Fortín de San Bartolomé a Ultraia.

En el año 2019 se pone en marcha un sistema de venta de tickets presenciales (oficina de turismo) y on-line a través de la web.

### **ACCESIBILIDAD.**

Como socio del proyecto Jacob@ccess, cuyo objetivo es el desarrollo de recursos culturales-turísticos accesibles, el Ayuntamiento de Pamplona, de manera participativa y en colaboración con colaboración con la Fundación Koine Aequalitas, pone en marcha el Centro de Interpretación del camino de Santiago, Ultraia, que abre sus puertas el 21 de marzo de 2019. Promueve encuentros con un con un amplio número de entidades y profesionales de cara a identificar buenas prácticas y recoger aportaciones para el proyecto. Además colabora en el inventario de buenas prácticas en materia de accesibilidad, así como la selección de temáticas y elementos compartidos a desarrollar en las infraestructuras desarrolladas por los socios en el ámbito de este proyecto.

### **REFUERZO DE SINERGIAS CON OTROS DESTINOS.**

**ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS DEL CAMINO DE SANTIAGO:** El Servicio de Turismo participa en las mesas técnicas celebradas el 22 de febrero de 2019 promovidas por la asociación en la que participan técnicos de las diferentes administraciones autónomas. El 18 de octubre de 2019 se realiza la renovación de la junta directiva de la asociación, siendo elegido como vicepresidente 1ª el alcalde de Pamplona Enrique Maya.

## INTELIGENCIA DE DESTINO

El objetivo de este programa es transformar a Pamplona en un destino inteligente entendido como un destino turístico innovador, con una adecuada implantación tecnológica en permanente actualización, accesible a todos y sostenible en el tiempo.

### OBSERVATORIO TURÍSTICO.

Se presentan los datos recabados en los siguientes puntos:

1. Oficina de turismo.
2. Centro de interpretación del Camino de Santiago, Ultreia.
3. Albergue turístico de Jesus y María.
4. Albergue de peregrinos de Paderborn.
5. Area de autocaravanas.

### OFICINA DE TURISMO

El número total de visitantes del año 2019 es algo superior al del año anterior. Es significativo que aumente especialmente el número de visitantes internacionales. Hay que apuntar que este año, la Oficina de Turismo cuenta con un informador menos que en 2018 (4 en lugar de 5).

	2019	2018	Diferencia en %
Total visitantes nacionales	80.164	79.175	+1,24%
Total visitantes Internacionales	49.644	47.334	+4,88%
<b>TOTAL VISITANTES</b>	<b>129.808</b>	<b>126.509</b>	<b>+2,60%</b>

En el desglose mensual se sigue apreciando que el punto álgido de visitantes es el mes de **agosto**, si bien se puede considerar que la temporada alta arranca en julio y se prolonga hasta el mes de **septiembre**, que tiene más visitantes que el mes de junio.

También hay que destacar el incremento de visitantes que se da entre los meses de **febrero y marzo** que viene especialmente motivado por el hecho de que la temporada de peregrinaje del Camino de Santiago comienza el mes de marzo y suele finalizar hacia el mes de octubre.

En **mayo, junio y octubre** también se da un pico de visitantes ya que suelen ser los meses en los que abundan los grupos programados de agencias de viajes así como personas que se acercan a visitar Pamplona aprovechando su estancia principalmente por congresos así como por motivos laborales.

Mes	2019	2018	Diferencia en %
Enero	1.703	518	2.221
Febrero	2.348	718	3.066
Marzo	4.488	1.214	5.702
Abril	7.765	5.042	12.807
Mayo	5.512	6.689	12.201
Junio	5.335	5.898	11.233
Julio	10.689	6.819	17.508
Agostos	19.202	9.110	28.312
Septiembre	8.255	8.172	16.427
Octubre	6.049	4.138	10.187
Noviembre	4.340	797	5.137
Diciembre	4.478	529	5.007
<b>TOTAL VISITANTES</b>	<b>80.164</b>	<b>49.644</b>	<b>129.808</b>

#### CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL CAMINO DE SANTIAGO, ULTREIA

El centro abre sus puertas el día 21 de marzo. No se pueden realizar comparativas de afluencia ya que es reciente su apertura.

Número de Atenciones	2.659
Total nacionales	3.700
Total internacionales	2.566
<b>TOTAL VISITANTES</b>	<b>6.266</b>

Detalle del desglose mensual de visitantes del centro:

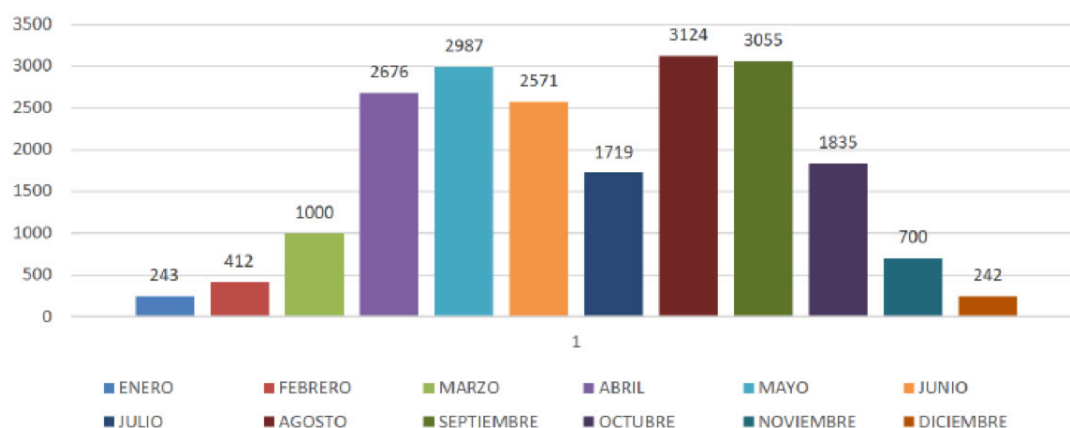
	Número atenciones	Nacional	Internacional	TOTAL
Enero				
Febrero				
Marzo	146	256	21	277
Abril	380	618	206	824
Mayo	368	405	395	800
Junio	245	341	262	603
Julio	218	289	283	572
Agosto	456	609	526	1.135
Septiembre	308	248	410	658
Octubre	251	291	325	616
Noviembre	147	300	62	362
Diciembre	140	343	76	420
<b>TOTAL</b>	<b>2.659</b>	<b>3.700</b>	<b>2.566</b>	<b>6.266</b>

### ALBERGUE TURÍSTICO DE JESUS Y MARÍA

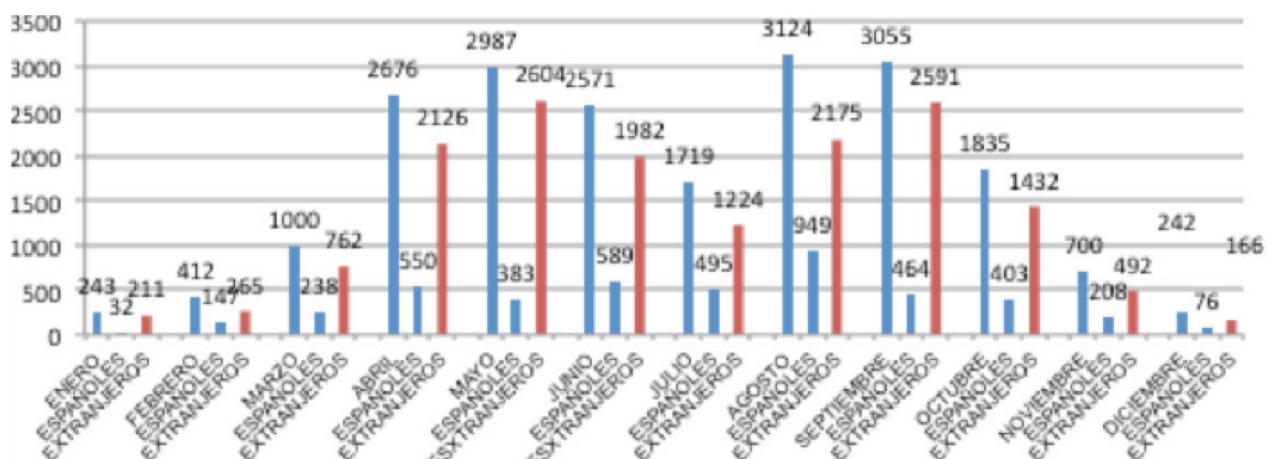
El albergue turístico de Jesus y María recibe en el año 2019 20.564 turistas, de los cuales el 99% son peregrinos. Esto supone un leve descenso sobre el total de personas alojadas en el albergue en el año 2018, que alcanzaron los 20.607.

El albergue permanece abierto durante todo el año cerrando únicamente del 1 al 7 de enero, 5 al 14 de julio y del 24 al 31 de diciembre.

### PEREGRINOS 2019. (20564)



Por meses, mayo y septiembre son los que han tenido una mayor ocupación



Del total de usuarios del albergue, el 78% corresponden a extranjeros (16.030); mientras que el 22% a españoles (4.534).

<b>PEREGRINOS</b>	<b>2019</b>
ENERO	243
ESPAÑOLES	32
EXTRANJEROS	211
FEBRERO	412
ESPAÑOLES	147
EXTRANJEROS	265
MARZO	1.000
ESPAÑOLES	238
EXTRANJEROS	762
ABRIL	2.676
ESPAÑOLES	550
EXTRANJEROS	2.126
MAYO	2.987
ESPAÑOLES	383
EXTRANJEROS	2.604
JUNIO	2.571
ESPAÑOLES	589
EXTRANJEROS	1.982
JULIO	1.719
ESPAÑOLES	495
EXTRANJEROS	1.224
AGOSTO	3.124
ESPAÑOLES	949
EXTRANJEROS	2.175
SEPTIEMBRE	3.055
ESPAÑOLES	464
EXTRANJEROS	2.591
OCTUBRE	1.835
ESPAÑOLES	403
EXTRANJEROS	1.432
NOVIEMBRE	700
ESPAÑOLES	208
EXTRANJEROS	492
DICIEMBRE	242
ESPAÑOLES	76
EXTRANJEROS	166
<b>TOTAL 2019</b>	<b>20.564</b>

**ALBERGUE DE PEREGRINOS DE PADERBORN**

El albergue de peregrinos de Paderborn recibe el año 2019 un total de 4.531 peregrinos, frente a los 4702 peregrinos de 2018. Un tercio proviene de Alemania.

TAG	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	SUMME
Australien	4	12	10	10	4	3	13	6	62
Brasilien	5	11	20	8	5	13	9	5	76
Deutschland	100	232	262	128	132	186	244	149	1.433
England	9	17	22	10	12	12	29	10	121
Frankreich	10	31	53	67	68	55	60	46	390
Italien	17	60	68	55	65	98	69	31	463
Niederlande	7	27	19	4	12	7	20	6	102
Österreich	7	8	26	5	4	7	9	6	72
Schweden	1	10	14	11	7	5	11	4	63
Schweiz	1	17	5	15	6	7	18	7	76
Spanien	25	46	20	54	74	87	54	42	402
Süd-Korea	18	24	31	8	63	5	24	18	191
USA	9	36	43	62	28	27	46	18	269
sonstige	54	93	123	130	98	105	135	73	811
<b>Summe</b>	<b>267</b>	<b>624</b>	<b>716</b>	<b>567</b>	<b>578</b>	<b>617</b>	<b>741</b>	<b>421</b>	<b>4.531</b>



### AREA DE AUTOCARAVANAS

El área de autocaravanas ha aumentado cerca de un 22%, tanto las operaciones, como las recaudaciones respecto al año 2018.

PARKING AUTOCARABANAS. PAMPLONA 2018. Inicio julio 2017							
	RECAUDACIÓN			OPERACIONES			PLAZAS: 33
	TELEPARK	CAJEROS + TC	TOTAL	TELEPARK	CAJEROS + TC	TOTAL	OCUPACIÓN
ENE 18	8,00	1.438,00	1.446,00	2	145	147	14,37%
FEB 18	40,00	1.544,00	1.584,00	12	156	168	16,42%
MAR 18	54,00	3.556,00	3.610,00	11	332	343	33,53%
ABR 18	48,00	4.830,00	4.878,00	7	475	482	47,12%
MAY 18	74,00	5.868,00	5.942,00	16	554	570	55,72%
JUN 18	30,00	4.808,00	4.838,00	2	457	459	44,87%
JUL 18	48,00	10.028,00	10.076,00	5	684	689	67,35%
AGO 18	4,00	10.204,00	10.208,00	1	1.029	1.030	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	3.774,00	3.790,00	1	360	361	35,29%
DIC 18	52,00	4.834,00	4.886,00	15	467	482	47,12%
<b>TOTAL 2018</b>	<b>406,00</b>	<b>64.480,00</b>	<b>64.886,00</b>	<b>79,00</b>	<b>5.970,00</b>	<b>6.049,00</b>	

PARKING AUTOCARABANAS. PAMPLONA 2019. Inicio julio 2017							
	RECAUDACIÓN			OPERACIONES			PLAZAS: 33
	TELEPARK	CAJEROS + TC	TOTAL	TELEPARK	CAJEROS + TC	TOTAL	OCUPACIÓN
ENE 19	4,00	2.846,00	2.850,00	1	276	277	27,08%
FEB 19	24,00	3.152,00	3.176,00	2	302	304	32,90%
MAR 19	108,00	4.962,00	5.070,00	16	491	507	49,56%
ABR 19	48,00	7.248,00	7.296,00	8	716	724	73,13%
MAY 19	64,00	6.258,00	6.322,00	11	574	585	56,11%
JUN 19	130,00	5.832,00	5.962,00	15	574	589	57,58%
JUL 19	190,00	11.314,00	11.504,00	21	775	796	77,81%
AGO 19	194,00	10.438,00	10.632,00	22	1.087	1.109	100,00%
SEP 19	196,00	9.056,00	9.252,00	23	857	880	86,02%
OCT 19	108,00	7.526,00	7.634,00	13	724	737	72,04%
NOV 19	156,00	4.196,00	4.352,00	36	368	404	39,49%
DIC 19	130,00	4.840,00	4.970,00	16	446	462	45,16%
<b>TOTAL 2019</b>	<b>1.352,00</b>	<b>77.668,00</b>	<b>79.020,00</b>	<b>184,00</b>	<b>7.190,00</b>	<b>7.374,00</b>	

## PROYECTOS EUROPEOS

---

En el año 2019 están vigentes tres proyectos: Jacob@ccess y Kintoan Barna.

- **Jacob@ccess (Camino de Santiago)**

El Ayuntamiento de Pamplona participa como socio del proyecto Jacob@ccess, cofinanciado por el Programa de Cooperación Transfronteriza España-Francia-Andorra (POCTEFA 2014-2020), a través de fondos FEDER. Jacob@ccess tiene como objetivo desarrollar en cada una de las localidades que forman parte del proyecto (Pamplona - Iruña, Jaca y Ostabat-Izura) un centro de interpretación sobre el Camino de Santiago accesible a todas las personas, y especialmente para aquellas con algún tipo de discapacidad. Además, en Martillué (Huesca) se pondrá en marcha un albergue accesible.

En el marco de este proyecto, el Consistorio colabora en el inventario de buenas prácticas y recursos disponibles, y participa, junto con el resto de socios, la selección de temáticas y elementos compartidos a desarrollar en las infraestructuras.

- **Kintoan Barna (naturaleza y cultura)**

El objetivo de este proyecto es desarrollar la atractividad del territorio de Kintoan desarrollando acciones de dinamización y revalorización económica en beneficio de sus habitantes, agentes sociales y visitantes. El ayuntamiento de Pamplona (final – comienzo de la ruta), participa en las actividades de comunicación y del desarrollo del producto turístico. Durante el año 2019 se trabaja en diferentes reuniones de inicio del proyecto.

## PRODUCTOS TURÍSTICOS

---

Se trabaja sobre los siguientes productos turísticos.

**PAMPLONA- IRUÑA CARD Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN DE ENTRADAS DE EMPRESAS PARTICIPANTES**

Se realiza seguimiento y adhesión de empresas a dicho proyecto con un total de 28 empresas adheridas. El sistema de ventas de entradas tiene como finalidad facilitar la comercialización y el acceso por parte del turista al producto turístico local. Esta iniciativa se enmarca dentro del desarrollo del producto Pamplona-Iruña Card (PIC).

## **PAMPLONA ES VERDE**

En el año 2019 en colaboración con el Área de jardines y cultura, se desarrolla la actividad de dinamización "Pamplona es flor", que tiene como objetivo el desarrollo de diferentes actividades de puesta en valor de los parques y jardines de la ciudad. Un proyecto clave para el desarrollo del objetivo estratégico de sostenibilidad. Trabaja en diferentes ámbitos como el social, ámbito cultural, turístico, ecológico y solidario. Este festival comienza en el mes de marzo y finaliza en mayo. Entre sus actividades cuenta con la realización de jardines efímeros, visitas guiadas, actividades culturales en jardines, etc.

Además, se realizan las siguientes actividades:

- El explorador de los parques: visita guiada a los parques de Pamplona dirigida a las familias. 4 jornadas.
- Visita guiada a los parques para adultos: 4 jornadas.
- Actividades culturales: concierto del Piano flotante en el Parque de Yamaguchi y concierto de Hutsun en el parque de Media Luna.

## **CAMINO DE SANTIAGO PARA TODOS**

En el marco del proyecto Jacob@ccess se pone en marcha el centro de interpretación del Camino de Santiago, Ultreia. Se realizan actividades y una jornada técnica para la celebración de apertura del centro. Se pone en marcha un programa de dinamización del Camino de Santiago, consistente en:

- Visitas guiadas a grupos y turistas durante todo el año: se realizan 45 visitas al Camino de Santiago de Pamplona que concluían en el centro Ultreia. Participan 490 personas (456 de castellano y 34 de inglés). La mayor parte de los grupos estaban formados por personas con discapacidad y se cuenta con la presencia de varios clubs de jubilados.
- 25 de julio, Día de Santiago: se realiza una Musicata y una visita guiada especial al Camino de Santiago en Pamplona.
- Charla concierto "El otro camino de Santiago" en Condestable.
- Gymkana "Pamplona la primera del Camino". Está dirigida a las familias y se realizan 3 jornadas.

### **ACTIVIDADES DE DINAMIZACIÓN DE LA GASTRONOMÍA LOCAL EN LA SEMANA DEL PRODUCTO LOCAL.**

Se realizan 2 visitas guiadas a las huertas de Aranzadi con un paseo por el entorno con tren turístico. El tren turístico circula por el entorno de Pamplona durante el fin de semana.

### **MURALLAS**

Acciones de dinamización de la muralla con las siguientes actividades:

- "Cantar, contar y catar una muralla", que tiene como objetivo contar la historia de la muralla desde un prisma histórico, arquitectónico y social, siempre relacionando el espacio con las ciudades de Hondarribia y Bayona: 4 jornadas.
- Street scape "Los secretos de la Taconera". Se trata de un juego que combina la lógica y el trabajo en equipo con la emoción y la diversión para resolver un reto o una misión. Se ofertan 6 jornadas durante el verano.
- Visita guiada "caballeros y armaduras" dirigida al público familiar durante los meses de verano. 6 jornadas.
- Karrikadantza en Caballo Blanco durante el verano. 3 jornadas.

### **MESA MICE**

Participación en las reuniones de trabajo de la mesa MICE. Se realiza un estudio sobre el Turismo de Reuniones en la ciudad de Pamplona en 2018. Se acude a una jornada inversas con el mercado alemán y otra jornada directa con el mercado francés. Se participa en la feria IBTM. Publicación en la revista CONEXO. Estudio para la mejora de contenidos de apartado MICE web municipal.

### **CLUSTER DE SALUD**

Participación en las reuniones de trabajo del Cluster de Salud y financiación de acciones de promoción de la ciudad en el marco de este producto.

### **PRODUCTO PELOTA**

Se realizan 3 visitas guiadas a "Pamplona Iruña capital mundial de la pelota".

## MARKETING Y PUBLICIDAD

---

**WEB OFICIAL** de turismo de Pamplona: se continúa con labores de mejora de la web de turismo alojada en la web municipal.

**REDES SOCIALES:** se trabaja con tres RRSS: twitter, Facebook e Instagram. A comienzo de año, en los tres primeros meses, los indicadores muestran una tendencia ascendente. El crecimiento en cuanto a número de seguidores se sitúa en torno a los 50 mensuales, pero se ha estabilizado en los últimos periodos. En marzo Instagram se consolida como la red social que más deprisa crece. En cuanto a los contenidos, se publican informaciones y fotografías de los recursos turísticos de Pamplona y también se publicitan diferentes eventos que tienen lugar en la ciudad.

**NEWSLETTER** quincenal con la programación de la agenda de actividades.

### **CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN:**

- Apertura de Ultreia: Radios locales y villavesas.
- Semana Santa:
  - Campaña blogueros Salta Conmigo: acción con influencers (financiación de una escapada de tres días a Pamplona en el mes de febrero).
  - Publiirreportaje CondeNast Traveler: 1 página en nº de febrero de 2019.
  - Publiirreportaje en Ongi Etorri Gipuzkoa: 1 página, en francés (marzo 2019) encartado con el periódico Sudouest.
  - Publiirreportaje en On Barcelona: media página. en catalán (29 de marzo) encartado con el periódico El Periódico de Catalunya.
  - Anuncio en Radio Popular Bilbao: 24 cuñas (8 -13 de abril), coincidiendo con el evento de ciclismo Itzulia.
- Verano:
  - Blogueros verano: - Visita de Lucy, Rubén y Koke, del blog de viajes en familia 'Algo que recordar'.
  - Publicidad exterior:
    - Estación de autobuses: cartel impreso en lona.
    - Mupis autobuses y aeropuerto.
    - Edículos: 3 temporadas.
  - Facebook Ads (junio y julio): Promocionar en Facebook e Instagram un vídeo de 50 segundos de duración con imágenes mezcladas de los miniclips temáticos de Artworks y el time lapse. Difusión durante las tres semanas previas a San Fermín (17 de junio-7 julio), con el objetivo de aprovechar la cobertura mediática previa a las fiestas. Segunda oleada para emitir durante dos semanas entre el 15 y el 29 de julio, con el objetivo de promocionar la visita a la ciudad y la participación en las actividades que tienen lugar durante el verano.

**FOLLETOS:** durante el año 2019 se trabaja sobre los siguientes materiales: agenda turística trimestral.

**FOROS Y FERIAS:** enero 2019, Participación en la Feria internacional de Turismo (FITUR).