

2.2.3.

TURISMO

El sector turístico sufre especialmente la crisis sanitaria y los cambios normativos causada por la COVID-19. Todo ello, ha afectado tanto a la actividad del servicio de turismo, como a sus servicios municipales: oficina de turismo y el Centro de Interpretación del Camino de Santiago, Ultreia. En 2020, parte de la actividad del Servicio de Turismo se ha destinado a subvencionar propuestas para el sector a través de bonos descuento y las ayudas a establecimientos comerciales y hosteleros para la adaptación de los locales (ver COVID- 19).

Se presenta en esta memoria la actividad turística desarrollada, según los ejes y actuaciones definidos en el Plan Estratégico de Turismo Pamplona-Iruña 2017-2019.

GOBERNANZA

Este programa pretende tener 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 32.700 euros

Esta convocatoria de ayudas tiene como objetivo apoyar a las asociaciones turísticas que han desarrollado acciones de dinamización y promoción turística que tengan como fin el desarrollo de los productos turísticos recogidos en el programa. La convocatoria establece dos líneas de actuación: Acciones de dinamización de eventos en la ciudad; y actuaciones en materia promocional y publicitaria en las que destaque Pamplona como destino turístico. 7 entidades presentan 25 acciones, 6 de dinamización turística y 19 acciones de promoción. Se reparten un total de 31.810 euros.

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:

Acciones de sensibilización a la población local

Concurso de animación turística virtual 'Quiz Pamplona'. Un sistema de preguntas/respuestas realizado en la web y a través de la aplicación móvil que ofrece ocio y entretenimiento familiar, información a potenciales turistas sobre los atractivos culturales y turísticos de la ciudad, difusión de la web y la app asociada y busca incrementar la cifra de descargas de la aplicación y la cifra de usuarios de esta herramienta

Señalización turística

Se coloca nueva señalización en los jardines históricos incluidos dentro del programa Pamplona es verde. Se realiza mantenimiento y cambio de 5 tótems turísticos.

Oficina de turismo y Centro de Interpretación del Camino de Santiago Ultreia

En el año 2020 se prorroga su gestión (segunda prórroga) hasta el 30 de junio de 2020 se comienza a trabajar en una nueva licitación del servicio de atención a los visitantes en la Oficina de Turismo de Pamplona/Iruña y el centro Ultreia. Posteriormente, se produce una suspensión de los procedimientos de contratación (ver COVID-19) y se realiza una nueva prórroga para los meses de julio a noviembre y una última de noviembre a enero de 2021.

El descenso en el número de viajeros en 2020 favorece que el personal adscrito al servicio realice diversas acciones de trabajo interno recogidas en el contrato: clasificación de fotografías y vídeos, mantenimiento de la plataforma Batto (App Pamplona-Iruña) y apoyo en tareas de mejora de la web.

Fortín de San Bartolomé, Centro de Interpretación de las fortificaciones

En el año 2020 se realizan obras de reparación y mejora del Fortín de San Bartolomé que se derivan del informe de Ilunion sobre accesibilidad: adaptación del baño a la norma de accesibilidad, eliminación de reflejos en la exposición y desarrollo de un sistema de circulación estable. Además, se realiza la limpieza del sistema de saneamiento y comprobación del bombeo del mismo, el arreglo de la pintura de la puerta exterior, la recuperación del grafiti de la caserna 5 y el arreglo de goteras y humedades. Se realizan reparaciones que afectan a los elementos tecnológicos, se instala un bucle magnético, se compran balizas y se instalan cámaras de vigilancia y sistema antipánico. El mobiliario también se renueva con el fin de adaptarse a la normativa de accesibilidad y facilitar la guarda de material turístico. Se renuevan cortinas y se incluye señalización accesible. Finalmente se aplican mejoras en la app Pamplona-Iruña con el objetivo de mejorar la accesibilidad.

Las obras finalizan a mediados de julio de 2020 con un coste de: 84.446 euros. El fortín se abre el 1 de agosto y hasta el 12 de octubre en horario de lunes a sábados de 11 a 14 y de 16 a 19 horas y domingos de 11 a 14 horas. Se adjudica a SEDENA la atención al público por un presupuesto de 6.270 euros + IVA y a ASPACE el servicio de limpieza diario por 1.750 euros + IVA.

Refuerzo de sinergias con otros destinos

Asociación de Municipios del Camino de Santiago: El Servicio de Turismo participa en la mesa técnica (Puente la Reina- Gares el 28 de febrero) y en la puesta en marcha de un sistema de información de ocupación de plazas en albergues a tiempo real (albergues LOT).

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:

- Oficina de turismo
- Centro de interpretación del Camino de Santiago, Ultreia
- Centro de interpretación de las Fortificaciones
- Albergue turístico de Jesus y María
- Albergue de peregrinos de Paderborn
- Área de autocaravanas

Oficina de turismo

El número total de visitantes del año 2020 es de 18.605, frente a los 129.808 de 2019, lo que supone un descenso del -85,67%. El total de visitantes nacionales ha sido de 14.503 e internacionales de 4.102. El mes de agosto es el de mayor afluencia de visitantes nacionales con 2.927 personas, mientras que en el caso de los visitantes internacionales es el mes de julio, 923, pese a la suspensión de los Sanfermines. Destaca el descenso de visitantes habitual en los meses de marzo y abril debido a la falta de peregrinos y a los viajes programados durante la primavera y en octubre. Febrero es el mes que más peregrinos y turistas no peregrinos (alojados en la ciudad) han pasado por la Oficina de Turismo (ver COVID-19).

Las tres comunidades autónomas de las que se reciben más visitantes son: Cataluña con 3.117 personas (21,49% de los visitantes), Navarra: 2.456 personas (16,93%) y Madrid: 2.094 personas (14,44%). Respecto a los internacionales: Francia: 2.423 personas (59,07%), Reino Unido: 243 personas (5,92%) y Alemania: 168 personas (4,10%).

Centro de Interpretación del Camino de Santiago, Ultreia

El número total de visitantes del año 2020 es de 2.220, frente a los 6.266 del año 2019. El total de visitantes nacionales suma 1.551 personas y el de internacionales 669.

En el año 2020 el mes que más visitantes se han acercado a Ultreia es febrero con 547 personas, probablemente por ser el último mes previo a las restricciones sanitarias. La mayoría de los usuarios de Ultreia son locales (32,31%), seguido por aquéllos que se alojaron en la ciudad, es decir, turistas no peregrinos (28,94% de los visitantes). El pico de visitantes peregrinos se recibe en septiembre. El máximo de visitantes locales se dio durante el mes de diciembre.

Según la procedencia, las tres comunidades autónomas de las cuales se ha recibido más visitantes son Navarra: 718 personas (48,77%), Cataluña 183 personas (12,43%) y Madrid: 138 personas (9,37%). Los países de los que llega mayor cantidad de visitantes a Ultreia son Francia con 393 personas (60,09%), Alemania con 51 personas (7,79%) e Italia con 37 personas (5,65% personas).

Albergue turístico de Jesus y María

El 1 de julio, se abre el albergue turístico como punto de apoyo a todas las personas que hacen el Camino de Santiago (Ver COVID 19) y se mantiene abierto hasta el 23 de octubre. Las personas hospedadas durante los meses de apertura han sido de 4.567, de las cuales 2.020 eran extranjeros. En el año 2019 el albergue recibió a 20.564 personas.

Albergue de peregrinos de Paderborn (ver COVID 19)

Área de autocaravanas

El área de autocaravanas sufre un descenso importante, en comparación con los datos recogidos el pasado año 2019 y pasa de las 7.374 operaciones a las 2.820 realizadas en el año 2020.

PROYECTOS EUROPEOS

En el año 2020 están vigentes dos proyectos: Jacob@ccess y Kintoan Barna.

- **Jacob@ccess (Camino de Santiago):** El Ayuntamiento de Pamplona – Iruña 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 Ayuntamiento de Pamplona - Iruña colabora en el inventario de buenas prácticas y recursos disponibles. En 2020 el proyecto avanza en todo lo relacionado con las obligaciones sobre comunicación. En el mes de noviembre los socios aprueban una nueva prórroga del proyecto que permitirá finalizar las obras de la CAPB.
- **Kintoan Barna:** el objetivo de este proyecto es desarrollar la atraktividad del territorio de Kintoan desarrollando acciones de dinamización y revalorización económica en beneficio de sus habitantes, agentes sociales y visitantes. El Ayuntamiento de Pamplona participa en las actividades de comunicación y del desarrollo del producto turístico. Durante el año 2020 se realiza una valoración de la propuesta del estudio "Producto turístico" realizado por la empresa Emotion tourisme. Además, con el fin de desarrollar y mejorar el producto turístico de la ciudad y su unión con el territorio de Kintoan, se ha desarrollado el juego de escape "El bloqueo de Pamplona".

PRODUCTOS TURÍSTICOS

Mesa Mice: se prepara la candidatura para acoger la Jornada de Promoción Nacional Mercado Asociativo que acaba recayendo en Málaga, se crea nombre de marca, logotipo y cuentas RRSS, se participa en reuniones, encuentros y webinars. Entre otros: III Encuentro Virtual Foro MICE (junio) y la Asamblea General del Spain Convention Bureau online (julio). En relación a la Mesa Mice se reúne en marzo para dar a conocer el perfil del gasto en destino de las personas que asisten a congresos y reuniones y en junio para tratar el contexto del segmento MICE en Pamplona/Navarra y España y las tendencias, así como el Plan Operativo MICE 2020; Plan de Ayudas al Sector MICE por parte del Ayuntamiento y segmento MICE en el nuevo plan de marketing de Navarra. El servicio participa también en IBTM Barcelona virtual: estudio y valoración para la selección de TTOO/Agencias para concertar citas online (diciembre).

Turismo de Salud. Participación en el Cluster de Salud (Ver COVID 19)

Camino de Santiago: en el año 2020 se define una estrategia en tres fases de trabajo para el desarrollo del producto Camino de Santiago en Pamplona y mejora del Centro Ultreia: puesta en marcha del Centro Ultreia (realizada), desarrollo del concepto de acogida de peregrinos y de la información del Camino de Santiago francés (2021) y mejora de la comercialización de las empresas turísticas vinculadas al Camino en 2022.

Gastronomía

Red Saborea España

En el año 2020, Pamplona entra en la Red Saborea España. Este año participa en dos campañas de promoción online: 'Quédate en casa' (Ver COVID 19) y 'Contigo sabe mejor'. En esta última cada destino se encarga de enviar texto explicativo desde el punto de vista gastronómico, fotos, vídeo, recetas y productos gastronómicos característicos. También se hace un microclip. También se preparan las rutas gastronómicas del Encierro, del Camino y la Ruta verde, todas ellas para la web con idea de una futura promoción en eventos presenciales.

Asociación Española de Destinos Gastronómicos

El Consistorio participa en reuniones, foros y asambleas virtuales y/o presenciales, 4 en junio, una en octubre y dos en noviembre.

Actividad de dinamización de gastronomía: 'Catatas al fresco'

Se trata de experiencias olfativas y gustativas relacionadas con el buen vino, la cerveza artesana, los espumosos y sus maridajes. Se cuenta con la empresa Pamplona Foody se desarrollan cuatro sábados del mes de agosto en el Fortín de San Bartolomé.

Pamplona es verde

Gracias al trabajo conjunto de trabajo conjunto del Servicio de Educación Ambiental y las áreas de Cultura y Turismo del Ayuntamiento entre septiembre y noviembre de 2020 se prepara un programa de actividades en distintos espacios verdes emblemáticos de la ciudad como Aranzadi, la Ciudadela o la Taconera. Se busca acercar el patrimonio natural a la ciudadanía, disfrutar de la naturaleza y dar respuesta a la necesidad social de entrar en contacto en entornos seguros y recuperar el bienestar físico, psicológico y social.

La propuesta incluye la promoción de retos sobre aspectos emblemáticos de la ciudad que pueden ser importantes desde un punto de vista ambiental, cultural y turístico.

Dinamización de productos

Visita guiada Pamplona imprescindible' (Pamplona es murallas)

Se oferta una visita general sobre Pamplona en castellano con una duración estimada de 90 minutos, en un recorrido a pie accesible para personas de movilidad reducida. La visita acerca al visitante a la historia de la ciudad, los sanfermines, la importancia del Camino de Santiago, la importancia de los parques y jardines, así como su gastronomía.

Se trata de una visita gratuita para los turistas que llegan a Pamplona con la campaña 'Cómete Pamplona' y de pago para el resto de turistas. Se oferta todos los días a las 11.30 horas los meses de julio y agosto. Se cuenta con la participación de todas las empresas de actividades culturales adscritas a la PIC.

El guardian de las murallas (Pamplona es murallas - familias)

Visita teatralizada que representa personajes que dieron vida a la muralla de Pamplona con un actor y un guía, en la que se descubre la historia de las fortificaciones pamplonesas. El ingeniero Jorge Próspero de Verboom, un soldado de infantería y uno de los porteros del recinto amurallado aguardan a los visitantes en diferentes puntos para narrar su día a día desde el humor y el rigor histórico.

Visita familiar que se realiza durante siete días de los meses de julio y agosto.

Juego de escape: los secretos de la Taconera (Pamplona es murallas – verde. Familias)

Se trata de un juego en el que se combina la lógica y el trabajo en equipo con la emoción y la diversión para resolver un reto o una misión. Se reparte un mapa y determinados elementos físicos a los equipos participantes (cajas con candados, etc.), con los que recorrer un tramo del Parque de la Taconera resolviendo enigmas, adivinanzas y jeroglíficos. Es requisito llevar un teléfono móvil para la resolución de alguno o algunos de los enigmas.

El juego cuenta con 10 enigmas. Participan hasta cinco personas por juego. Se realizan siete sesiones en los meses de julio y agosto, con hasta 50 plazas por sesión.

Visitas guiadas a los parques (pamplona es verde - familia)

Se ofertan visitas guiadas a los parques de Pamplona: Yamaguchi, Taconera, Media Luna y Ciudadela. Se trata de una actividad dirigida a toda la familia que pretende sensibilizar y disfrutar de la riqueza paisajística, natural, cultural e histórica de dichos parques. Se realizan siete salidas a lo largo de los meses de julio y agosto.

Resumen de actividades ofertadas y participación

Acciones	Venidas	Ofertadas	Nº Sesiones
Juego de escape - Los secretos de la taconera	342	350	7
Visita guiada parques y jardines	20	168	7
El guardián de las murallas	144	144	6
Catas al fresco	120	120	4

	Julio		Agosto		Total
	Venidas	Ofertadas	Venidas	Ofertadas	
Pamplona imprescindible	110	744	281	744	391

MARKETING Y PUBLICIDAD

Web oficial de turismo de Pamplona/Iruña

En el año 2020 impulsa la página web de Turismo, se revisan los contenidos y se a euskera, inglés y francés.

Redes sociales (RRSS)

Se trabaja con tres RRSS: Twitter, Facebook e Instagram. A comienzo de año, en los tres primeros meses, los indicadores muestran una tendencia ascendente. A partir del mes de abril la frecuencia y el número de publicaciones también se incrementa (ver COVID 19). Instagram es la red social que más crece durante los primeros meses del año y la que se realizan más interacciones.

A partir del día 24 de diciembre de incrementa de forma constante la inserción de contenidos cambian por el 'Quiz Pamplona'. Cada día se publican las preguntas correspondientes a ese día en castellano y en euskera y desde el día 26, los vídeos grabados por las empresas de actividades culturales con las respuestas a las diferentes preguntas. En esta dinámica, las interacciones y 'me gustas' de Facebook aumentan considerablemente con un alcance de 221.577 visualizaciones y se suman 222 seguidores a esa red. El Servicio invierte 1.040 euros en publicidad en Facebook e Instagram con esta iniciativa.

Newsletter y agenda turística

La newsletter de periodicidad quincenal convive con la agenda turística hasta el segundo trimestre del año 2020. A partir de este momento y debido a la inestabilidad de la situación, se deja de editar la agenda. La newsletter pasa a cumplir el objetivo de difusión de la agenda de actividades de la ciudad, aunque cesa su actividad entre los meses de marzo a junio. Desde julio se reactiva con periodicidad semanal y de nuevo en noviembre, vuelve a la quincenal.

Publicidad

Cómete Pamplona

La Asociación de Hoteles de Pamplona, con el apoyo del Ayuntamiento de Pamplona como patrocinador de la campaña, en la colaboración de la Asociación de Hostelería y Turismo de Navarra (con la adhesión de sus restaurantes) y la ayuda del Departamento de Turismo del Gobierno de Navarra, lanzan la campaña "Cómete Pamplona" del 1 de julio al 31 de agosto de 2020. Es una iniciativa turística que busca promocionar el destino Pamplona ante el turista nacional e internacional (sur de Francia) a través de una propuesta de valor fundamentada en la gastronomía (39 restaurantes), el alojamiento (26 hoteles) y las visitas guiadas como activo complementario.

El Consistorio se encarga de diseñar, llevar a cabo y asumir los costes de la campaña publicitaria digital que se realiza en la web de viajes Atrápalo, los periódicos el Heraldo de Aragón, el Correo, el diario de Burgos y Sud Ouest (Francia). Además se ha inserta publicidad en Instagram y Facebook y se cuenta con los influencers: Sisters in the City y Viajeros 3.0. El coste de la campaña es de 20.000 euros.

Le petit Futé

Pamplona contrata para la edición bianual de la guía de viajes Le Petit Futé: País Vasco, Navarra y La Rioja, un espacio publicitario denominado como 'Focus' por un importe de 3.100 euros. Petit Futé es una de las guías de viajes más importantes en francés con 44 años de experiencia.

Tourmagazine

Se contrata publicidad en la revista Tourmagazine en Gipuzkoa y Bizkaia para los números de primavera, verano y otoño. 3.800 euros + IVA anuales (1.900 euros por cabecera) distribuidas. Debido a la pandemia, la empresa decide no editar la versión papel de primavera y verano y realiza una distribución digital de la revista en hoteles).

Ferías. FITUR

El 22 de enero el Ayuntamiento de Pamplona presenta en Madrid su línea de trabajo para el fomento del City break y la cartera de principales festivales para el año 2020 en la ciudad. Además, durante la celebración de la feria se realizan diferentes reuniones de trabajo con agentes y empresas del sector.