PROGRAMA A10: *MARKETING Y DESARROLLO DEL TURISMO Y DEL COMERCIO*

Unidad responsable: *Dirección General de Turismo y Comercio*

Objetivos/
Acciones/
Indicadores del programa

01. Mejora de la calidad y oferta turística de Navarra.

01.01. Apoyo para la implantación de la Q de calidad turística en los diferentes subsectores turísticos.

01.02. Apoyo a inversiones que supongan mejora de la oferta turística.

01.03. Continuación del desarrollo reglamentario de la Ley Foral de Turismo.

01.04. Control del estado de la oferta turística.

01.05. Refuerzo del sistema de control e inspección de los establecimientos y empresas turísticas y de los comercios.

01.06. Comprobación y resolución de reclamaciones sobre la oferta turística y comercial.

01.07. Mantenimiento y mejora infraestructuras propias.

	Descripción Indicadores	*Previsto*	*Realizado*
01.00.01	*Ayudas concedidas para auditorías para obtener la "Q" de calidad*	*25*	*28*
01.00.02	*Apoyo a inversiones que supongan mejora de la oferta turística*	*30*	*34*
01.00.03	*Reglamentos*	*5*	*6*
01.00.04	*Altas, bajas y modificaciones de establecimientos turísticos tramitados*	*34*	*351*
01.00.05	*Inspecciones sobre reclamaciones atendidas y de oficio*	*56*	*58*
01.00.06	*Expedientes sancionadores resueltos*	*8*	*0*
01.00.07	*Actuaciones en infraestructuras propias*	*2*	*3*

02. Apoyo a la financiación de los Consorcios Turísticos y Ayuntamientos, tomando como referencia el Plan Integral de Turismo de Navarra y los planes operativos.

02.01. Convocatoria de ayudas para la realización de eventos en épocas y espacios diversos y creación de producto.

	Descripción Indicadores	Previsto	Realizado
02.00.01	Acciones ejecutadas subvencionadas	45	48
02.00.02	Productos subvencionados	2	1

03. Apoyo a los organismos y asociaciones para la celebración y consolidación de eventos y elaboración de productos turísticos y su comercialización, e implantación del sistema de calidad turística española.

03.01. Convocatoria de ayudas para la realización de eventos en épocas y espacios diversos y creación de producto e implantación del sistema de calidad turística española.

	Descripción Indicadores	Previsto	Realizado
03.00.01	Productos elaborados por asociaciones	1	0
03.00.02	Acciones ejecutadas por asociaciones	15	13
03.00.03	Acciones de formación organizadas por las Asociaciones	4	2
03.00.04	Acciones relativas a calidad turística ejecutadas	1	1

04. Planes operativos de desarrollo de productos turísticos:

04.01. Desarrollo y mejora de los productos turísticos de Navarra.

04.02. Planificación estratégica y operativa de las distintas unidades turísticas.

04.03. Creación y mejora de rutas y circuitos turísticos.

04.04. Desarrollo de clubes de producto.

04.05. Ejecución del programa operativo, concretando las inversiones.

	Descripción Indicadores	Previsto	Realizado
04.00.01	Mejora de productos turísticos	60	50
04.00.02	Acciones de implantación de productos, clubes de productos, rutas y circuitos	75	70

05. Implantación del Plan Integral de Turismo de Navarra (2012-2015).

05.01. Diseñar y reforzar la promoción turística general de destino turístico y también por los productos definidos en el portafolio, ajustando mercados y canales (asistencia a ferias, realización de eventos y presentaciones, publicidad on line y off line, viajes de familiarización y de conocimiento con tour operadores y periodistas, etc.), en colaboración con el sector privado.

05.02. Reforzar la política de comercialización por productos, mercados y canales de comercialización (directo, internet, agentes de distribución turística, etc.), en colaboración con el sector privado, prestando especial atención a los productos de nicho de mercado según el portafolio de productos turísticos (turismo MICE, turismo de salud y médico, turismo de naturaleza y birding, turismo cultural etc.).

05.03. Potenciación del Portal Oficial de Turismo de Navarra www.turismonavarra.es como elemento promocional, de información turística y de apoyo a la comercialización de los productos turísticos, así como las redes sociales y nuevas tecnologías.

05.04. Potenciación de la red de información turística de Navarra.

05.05. Potenciación de la estrategia de comunicación turística a prensa, intermediarios y prescriptores de los diferentes mercados turísticos.

05.06. Consolidar las marcas turísticas Camino de Santiago, Pirineos, Turismo rural, Sanfermines y Gastronomía como grandes productos estrella de Turismo de Navarra. Potenciación del trabajo de colaboración con Turespaña para la promoción internacional.

05.07. Ejecución del Plan 2012-2015 y del programa operativo 2015.

	Descripción Indicadores	*Previsto*	*Realizado*
05.00.01	*Ferias, presentaciones y Workshops realizados en mercados. Acciones de dinamización de ventas*	*20*	*24*
05.00.02	*Publicaciones*	*200.000*	682.000
05.00.03	*Inserciones publicitarias*	*700*	*24*
05.00.04	*Actividades de promoción: viajes de familiarización, presentaciones, etc.*	*20*	*28*
05.00.05	*Demandas atendidas de prescriptores de Navarra*	*750*	*700*
05.00.06	*Actuaciones en el marco de los convenios Pirineos, Turismo de naturaleza, Camino de Santiago y Sanfermines y general de destino turístico*	*10*	*5*

06. Mejora del sistema de información turística.

06.01. Nuevo diseño, actualización permanente de información y mejora del Portal Oficial de Turismo de Navarra www.turismonavarra.es. Nueva orientación según Plan Integral de Turismo 2012-2015.

06.02. Observatorio estadístico y económico. Desarrollo de un sistema de indicadores que permita hacer un seguimiento y evaluación ágil del sector turístico y su impacto inducido en la economía. Todo ello en coordinación con el Instituto Navarro de Estadística. Establecimiento de estudios de demanda por mercados.

06.03. Actualización y mejora de la base de datos de recursos e infraestructuras turísticas, Inforeyno.

06.04. Continuación con el Plan de gestión de la red de Oficinas de Turismo de Navarra.

06.05. Coordinación de la red de puntos de información turística de Navarra gestionados por otras entidades.

	Descripción Indicadores	*Previsto*	*Realizado*
06.00.01	*Visitas al portal de turismo y cuentas redes sociales*	*3.100.000*	*3.000.000*
06.00.02	*Fichas para bases de datos y web*	*2.000*	*1.900*
06.00.03	*Informes y comparativas realizados en materia de estadística turística*	*13*	*13*
06.00.04	*Demandas atendidas en las oficinas de turismo de Navarra*	*350.000*	*525.506*
06.00.05	*Puntos de información turística en Navarra y otros mercados*	*40*	*45*

07. Coordinación con las iniciativas pública y privada para la promoción turística.

07.01. Convocatoria de ayudas a la promoción turística y centrales de reservas on line

	Descripción Indicadores	*Previsto*	*Realizado*
07.00.01	*Proyectos presentados al programa de ayudas*	*130*	*132*
07.00.02	*Proyectos resueltos por el programa de ayudas*	*130*	*119*

08. Promoción e imagen del comercio.

	Descripción Indicadores	*Previsto*	*Realizado*
08.00.01	*Actuaciones en comunicación*	*1*	*1*

Explicación de la ejecución e información adicional:

La campaña de publicidad se realizó entre noviembre y diciembre del año pasado bajo el lema "Pequeño comercio, grandes personas", "Denda txikiak persona handiak".

09. Plan de Impulso del Comercio, Consejo de Comercio y Censo de establecimientos comerciales.

09.01. Desarrollo del III Plan de Impulso del Comercio Minorista de Navarra (2012-2015).

09.02. Impulso al Consejo de Comercio de Navarra (Ley Foral 15/2013, de 17 de abril, que modifica algunos artículos de la Ley Foral 17/2001, de 12 de julio reguladora del comercio en Navarra).

09.03. Creación del censo de establecimientos comerciales.

	Descripción Indicadores	Previsto	Realizado
09.00.01	*III Plan de Modernización: número de medidas contempladas en él sobre las que se va a actuar*	*55*	*42*
09.00.02	*Consejo de Comercio y Censo*	*1*	*1*

Explicación de la ejecución e información adicional:

El número de medidas previstas sobre las que actuar finalmente se redujo por las disponibilidades presupuestarias y porque el cambio de legislatura afectó a la marcha de algunas actuaciones.

Se realizaron tres reuniones del Consejo de Comercio de Navarra, los días 15 y 27 de enero y 2 de diciembre, fundamentalmente con el fin de aprobar el calendario de días de apertura comercial en domingos y festivos del año 2016.

Censo de establecimientos comerciales: A finales del año pasado se pasó a producción el programa informático (SICOM) que contiene los datos facilitados por el Instituto de Estadística de Navarra y que, en una primera fase, permite extraer a nivel interno información del sector comercial minorista (empresas y locales comerciales).

Para el año 2016 se prevé realizar la segunda fase, actualizando los datos cargados del IEN al 1-1-2015, evolucionando la herramienta informática para poder ponerla en producción al exterior y dictando la disposición normativa pertinente que regule la comunicación de los datos al censo por parte de los comerciantes de Navarra.

---

10. Programas y actuaciones para la mejora de la competitividad del comercio minorista.

10.01. Convenio con entidades.

10.02. Mejora de la competitividad a través de la innovación.

10.03. Programa de mejora de la competitividad del Comercio Minorista.

	Descripción Indicadores	Previsto	Realizado
10.00.01	*Convenios firmados*	*1*	*1 (Artesanía)*
10.00.02	*Empresas apoyadas (*)*	*75*	*80 comercios por realizar inversiones* *(*) 4 empresas artesanía (inversiones)* *(*) 41 empresas artesanas (promoción)*

Explicación de la ejecución e información adicional:

Comercio: Durante el año 2015 no se firmó el convenio de subvención directa a la Federación de Asociaciones de Comerciantes de Navarra para ejecutar distintos proyectos del III Plan de Impulso del Comercio Minorista de Navarra (2012-2015), como se venía realizando en años anteriores, dado que dicha entidad está actualmente en concurso de acreedores, en fase de liquidación.

Artesanía: Durante el año 2015 se formalizó un convenio de colaboración con la Asociación de Artesanos Naparlur, para la organización y ejecución de la Feria de Artesanía de Navarra, celebrada el tercer fin de semana de junio, en la Plaza del Castillo de Pamplona.

(*) En el dato previsto de 75, no se incluía las empresas artesanas que podían ser beneficiarias de subvenciones y únicamente se contemplaba las pymes comerciales minoristas.

---

11. Programas de fomentos y gestión de colectivos comerciales.

11.01. Fomento y gestión de colectivos comerciales.

11.02. Fomento y gestión de mercados municipales.

11.03. Programas de dinamización comercial.

11.04. Transferencias para inversiones.

	Descripción Indicadores	*Previsto*	*Realizado*
11.00.01	*Colectivos subvencionados (asociaciones, FCN y estructuras interempresariales)*	*34*	*32*
11.00.02	*Mercados municipales participantes*	*3*	*3*
11.00.03	*Proyectos en realización (Programas de Actuación Comercia, (PAC's) subvencionados)*	*30*	*28*
11.00.04	*Proyectos subvencionados (estructuras interempresariales)*	*4*	*4*

12. Formación y empleo.

12.01. Actividades de formación.

	Descripción Indicadores	*Previsto*	*Realizado*
12.01.01	*Actividades programadas (Nº de cursos, jornadas o actividades formativas subvencionadas*)	*20*	*35*

13. Apoyo a emprendedores.

13.01. Apoyo para actuaciones de fomento y de dinamización comercial.

13.02. Apoyo a emprendedores comerciantes.

	Descripción Indicadores	*Previsto*	*Realizado*
13.00.01	Número de emprendedores subvencionados	*15*	*20*
13.00.02	Número de empresas subvencionados	*15*	*20*

14. Mejora del sistema de información al sector comercial y artesano.

14.01 Actualización y mejora del portal web temático de comercio – artesanía.

	Descripción Indicadores	*Previsto*	*Realizado*
14.00.01	*Visitas al portal web temático de comercio - artesanía*	*300.000*	*(*)*

Explicación de la ejecución e información adicional:

(*) No disponemos de las herramientas informáticas necesarias para contabilizar el nº de visitas a cada uno de los portales temáticos cuyos contenidos mantenemos.

Ejecución presupuestaria

GASTOS	Inicial	Consolidado	Realizado
1- Gastos de personal	1.134.101,00	1.154.760,96	1.154.758,37
2- Gastos corrientes en bienes y servicios	2.779.342,00	2.854.947,22	2.766.840,08
3- Gastos financieros	0,00	0,00	0,00
4- Transferencias corrientes	1.326.168,00	1.237.043,07	1.068.261,49
6- Inversiones reales	137.225,00	185.093,02	144.493,12
7- Transferencias de capital	1.269.510,00	1.261.976,93	1.134.780,27
8- Activos financieros	0,00	0,00	0,00
9- Pasivos financieros	0,00	0,00	0,00
TOTAL	**6.646.346,00**	**6.693.821,20**	**6.269.133,33**

INGRESOS	Inicial	Consolidado	Realizado
1- Impuestos directos	0,00	0,00	0,00
2- Impuestos indirectos	0,00	0,00	0,00
3- Tasas y otros ingresos	52.093,00	69.280,56	88.648,87
4- Transferencias corrientes	0,00	0,00	0,00
5- Ingresos patrimoniales	36.000,00	36.000,00	79.683,70
6- Enajenación inversiones reales	0,00	0,00	0,00
7- Transferencias de capital	0,00	0,00	0,00
8- Activos financieros	937.500,00	10.791.166,31	10.828.666,31
9- Pasivos financieros	0,00	0,00	0,00
TOTAL	**1.025.593,00**	**10.896.446,87**	**10.996.998,88**