

NOTA DE PRENSA

El Ayuntamiento define una treintena de acciones recogidas en el Plan Estratégico de Comercio para ejecutar en este 2018

A la reunión cuatrimestral de la Mesa de Comercio se unirán mesas técnicas mensuales para seguimiento de actividades y aportaciones del sector

La Mesa de Comercio se ha reunido este mediodía para conocer el detalle de la treintena de medidas incluidas en el Plan Estratégico de Comercio (PEC) 2017 – 2021, que se van a llevar a cabo durante este año. Entre ellas se encuentran tiques gratis para el transporte urbano comarcal, refuerzo de la señalética comercial, dinamización o una nueva imagen de marca. Para 2018 se habían previsto 55.000 euros para el desarrollo del plan, cifra que se ha elevado hasta los 145.500 euros. Varias de las actuaciones que se van a llevar a cabo no se financiarán con ese dinero del Plan Estratégico, sino que se incluyen en el presupuesto ordinaria del Servicio de Comercio municipal, por lo que la inversión será mayor.

El Plan Estratégico de Comercio 2017 – 2021, presentado el pasado mes de febrero, que ha comenzado ya a desarrollarse con las medidas definidas para este año, establece 5 ejes principales (Espacio Urbano, Cliente, Emprendimiento, Relanzamiento asociativo y Gobernanza) con 15 líneas de acción y 50 actuaciones. El documento contiene una primera parte de análisis y una segunda parte propositiva, que se han elaborado con la participación e interlocución directa con el sector comercial a través de la Mesa de Comercio y a través de reuniones específicas con sus representantes.

En cuanto al funcionamiento de la propia Mesa de Comercio, se ha establecido la creación de diferentes mesas técnicas temáticas, que se reunirán con una periodicidad mensual, para realizar un mayor seguimiento a las acciones que se derivan de ese Plan Estratégico de Comercio y para tomar nota de las aportaciones que se puedan realizar desde el sector comercial. Se trata así de mantener una dinámica de trabajo más cercana y efectiva al poder concretar en los temas, ya que la Mesa de Comercio se reúne con carácter cuatrimestral.

Actuaciones en los ejes de Espacio Urbano y Cliente

Dentro del primer eje, Espacio Urbano, está previsto el desarrollo de seis acciones. Este eje tiene en cuenta la polaridad comercial, la capacidad de acogida y al sostenibilidad urbana tanto



del centro de la ciudad como de los barrios. Se incluye el convenio con la Mancomunidad de la Comarca de Pamplona para financiar tiques gratis en villavesas para quienes estacionen en el aparcamiento de Trinitarios (50.000 euros), el refuerzo de la señalética comercial con la elaboración de mapas comerciales, tótems y buzoneo (40.000 euros) y otras iniciativas como córneres de proximidad y actuaciones respecto a locales vacíos, dentro estas últimas del presupuesto ordinario del Servicio de Comercio.

El segundo eje del plan, vinculado al Cliente, cuenta con el mayor número actuaciones a realizar en este 2018. Se acometerán un total de 11, referentes a aspecto como una nueva marca de comercio, estrategias de demanda segmentada, fidelización de la clientela y la relación entre comercio y turismo. Dentro de la proyección de la marca comercio se incluyen su creación en contacto con el sector, así como una web y diferentes campañas. Para las estrategias de demanda segmentada, por ejemplo, se potenciará el comercio 'amigable' en colectivos como las personas mayores de 65 años o los jóvenes. Para la fidelización se habla del concepto 'Comunidad' para favorecer el salto tecnológico para la gestión colectiva de la comunicación y la relación con la clientela de los establecimientos y la creación de servicios de valor. Se mantienen también iniciativas como la Semana del Producto Local y se apuesta por un plan de locales emblemáticos y por actuaciones para capitalizar el tirón del turismo de casa rural en Navarra. Se destinarán a ese eje 39.500 euros del presupuesto del plan, además de lo vinculado al presupuesto ordinario de Comercio.

Actuaciones en Emprendimiento, Relanzamiento Asociativo y Gobernanza

El tercer eje es el del emprendimiento y la competitividad y presenta actuaciones para la renovación de instalaciones y equipamientos, la incorporación de las nuevas tecnologías y la mejora de la gestión empresarial. Se acometerán siete actuaciones: apoyo a la actuación de equipamiento comercial, acciones formativas, píldoras formativas a realizar en civivox, asesoramiento comercial especializado, plan de canalización del emprendimiento y relevo generacional, incubadora urbana de servicios comerciales del Casco Antiguo, y la ubicación córneres de proximidad identificativos de zonas y locales comerciales. Esta última es la única con presupuesto vinculado al Plan Estratégico de Comercio (8.000 euros), mientras que las demás se financiarán con el presupuesto del área.

Del cuarto eje, Relanzamiento asociativo, dependen otras cuatro acciones, que buscan una dinamización comercial de rango comarcal en la que se mantengan las campañas consolidadas, incorporando una proyección más allá de los límites de Pamplona. Dos de ellas tienen que ver con la dinamización comarcal (revisión de actividades de dinamización y eventos de proyección comarcal como el mercado navideño); una con la coordinación de agendas de las asociaciones de barrios para impulso de actividades e iniciativas; y una cuarta para una experiencia piloto de reparto y acercamiento del producto a la clientela.

El último eje, el de Gobernanza, diseña estructuras de trabajo y coordinación. Cuenta con tres acciones para este 2018: mesas técnicas e informativas; unidad municipal en la coordinación



interna para el impulso de la economía urbana con la participación del sector; y coordinación con Gobierno de Navarra, Mancomunidad de la Comarca de Pamplona y el sector comercial. Los presupuestos de las iniciativas de los ejes de Relanzamiento Asociativo y Gobernanza están vinculados al presupuesto del Servicio de Comercio.

MEDIDAS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO 2017-2021 PARA EJECUTAR EN 2018

EJE 1: ESPACIO URBANO: polaridad comercial, capacidad de acogida y sostenibilidad urbana

L1.1.- Área Central: Marco de acogida y polaridad comercial

- 1.1.I.- Programa de Señalética comercial. **40.000 euros**
- 1.1.J.- Programa de apoyo estable al transporte público comarcal. **50.000 euros**

L1.2.- Barrios: Sostenimiento del espacio comercial de proximidad

- 1.2.B.- Córneres de Proximidad en entornos de baja densidad comercial

L1.3.- Movilización y ocupación de locales ociosos

- 1.3.A.- Creación de un Servicio / Dispositivo continuado de observación y caracterización de los locales vacíos
- 1.3.B.- TERAPIAS PALIATIVAS: Programas para favorecer el embellecimiento de las fachadas y/o la ocupación efímera de los escaparates de los locales vacíos de difícil valorización comercial. **8.000 euros**
- 1.3.C.- TERAPIA PROACTIVAS Apoyo a la “Comercialización” de los locales de mayor interés a partir de estímulo a las dinámicas de emprendimiento y/o proyectos singulares.

EJE 2: EL CLIENTE

L.2.1.- Proyección de la Marca Comercio de Pamplona

- 2.1.A.- Desarrollo de la marca: logo, slogan, atributos de comercio de centralidad, atributos de comercio de proximidad. **7.000 euros**
- 2.1.B.- Comunicación de marca: campañas de comunicación y/o incorporación a los esfuerzos de comunicación del conjunto de las actividades. **5.000 euros**

L.2.2.- Estrategias de demanda segmentadas

- 2.2.A.- Erosketak 65+: Programa de comercio amigable. **8.000 euros**
- 2.2.B.- Colectivo Gazte: Red de Comercio e Iniciativas “Gazte”. **5.000 euros**
- 2.2.C.- La demanda de Pamplona y de la Cuenca de Pamplona. **5.000 euros**
- 2.2.D.- Colectivo itinerante. **2.000 euros**

L.2.3.- Fidelización y animación de la clientela local: Proyecto “comunidad Iruña”



- 2.3.A.- Enfoque de Comunidad: Salto tecnológico para la gestión colectiva de la comunicación y la relación con la clientela de los establecimientos + creación de servicios de valor

L.2.4.- Nuevos clientes: Turismo

- 2.4.A. Capitalizar desde el terciario Pamplonés, el turismo Rural del conjunto del territorio: “Excursión a Pamplona como alternativa”. **7.500 euros**
- 2.4.B.- Rebote Hostelero-Comercial en los restaurantes de la Capital
- 2.4.D.- TLA: Generación de un Programa de Tiendas Locales Atractivas
- 2.4.E.- Eventos de visibilidad de Pamplona en ámbitos sectoriales agroalimentarios

EJE 3: EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD

L.3.1.- Renovación de Instalaciones y Equipamientos

- 3.1.A.- Apoyo a la actualización del equipamiento comercial

L.3.2.- Motivación del Comerciante, Mejora de la Gestión Empresarial + Incorporación de las TIC

- 3.2.A.- SENSIBILIZACIÓN Y MOTIVACION... sobre nuevas tendencias y oportunidades de futuro
- 3.2.B.- ADAPTACIÓN TECNOLÓGICA BÁSICA: Programa de Píldoras formativas sobre elementos tecnológicos
- 3.2.C.- Asesoramiento comercial especializado: tutorías individualizadas de gestión.

L.3.3.- Impulso de nuevos negocios profesionales y viables

- 3.3.A. Canalización del apoyo general al emprendimiento y al relevo empresarial
- 3.3.B.- Incubadora urbana de servicios comerciales (Casco Antiguo)
- 3.3.C.- Córneres de proximidad (Barrios): Programa Piloto. **8.000 euros**

EJE 4: RELANZAMIENTO ASOCIATIVO

L.4.1.- Dinamización comercial de rango comarcal

- 4.1.A.- Revisión anual + Continuidad de actividades de dinamización consolidadas (Mantener/Reforzar/Transformar/Eliminar)
- 4.1.B.- Impulso de la dinamización hacia eventos de proyección comarcal

L.4.2.- Relanzamiento asociativo en los barrios

- 4.2.B.- Coordinación y optimización de esfuerzos en la dinamización de los barrios

L.4.3.- Laboratorio innovación: Casco Antiguo + Ensanche

- 4.3.B.- Distribución – acercamiento del producto/servicio a la Comunidad Iruña

EJE 5: GOBERNANZA

L.5.1.- Estructuras de trabajo y coordinación



- 5.1.A.- Mesa de Comercio: Sesiones técnicas – gestoras + Sesiones Informativas periódicas con presencia de partidos
- 5.1.B.- Unidad municipal de coordinación Interna para el impulso Economía Urbana (UEU)
- 5.1.C.- Unidad institucional de coordinación territorial

Pamplona, 19 de abril de 2018