



INFORME DE EJECUCIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL COMERCIO DE PAMPLONA

El año 2017 el Área de Economía Local Sostenible contrata la asistencia técnica para la realización del Plan Estratégico del Comercio de Pamplona, en principio con un horizonte temporal 2017 – 2021 para su ejecución.

El trabajo de elaboración del plan estratégico (en adelante PECP) se desarrolla desde septiembre de 2017 hasta febrero de 2018 momento en el que se presenta públicamente este estudio y se comienzan las tareas para su puesta en marcha.

Se plantea la ejecución del plan con un horizonte temporal de 5 años: 2018 – 2022.

El informe completo del PECP, y su correspondiente resumen ejecutivo está disponible en la web municipal.

Enlace:

<https://www.pamplona.es/temas/comercio/documentacion-datos-estudios#anchor1>

El PECP propone **5 ejes estratégicos de actuación** (Entorno Urbano, Cliente, Emprendimiento y Competitividad, Fortalecimiento Asociativo y Gobernanza) y a su vez estas líneas estratégicas se despliegan en un total de **15 líneas de actuación** que contienen **50 medidas** concretas.

De estas 50 medidas algunas de ellas se realizarán solo en alguno de los años de ejecución del plan y otras tienen vocación de continuidad de manera que, una vez iniciadas, se mantendrán como parte de la actividad habitual del servicio de comercio.

A continuación, se incluye un cuadro resumen de la estructura del PECP indicando el cronograma global previsto para cada medida durante los años de alcance de este plan. Las medidas que tendrán continuidad se indican con una R.

Cada año se realizará un plan operativo como documento interno para concretar la ejecución de las medidas a iniciar, desarrollar o continuar que proponen los ejes estratégicos en función del presupuesto disponible y según los avances efectivamente realizados en el ejercicio anterior.



PLAN ESTRATÉGICO DEL COMERCIO DE PAMPLONA 2018/2022		2018	2019	2020	2021	2022	
	CRONOGRAMA GLOBAL PREVISTO						
EJE 1	ESPACIO URBANO						
LINEA 1.1.	AREA CENTRAL: MARCO DE ACOGIDA						
1	1.1.A. Diferenciación y Concentración de Usos Casco Antiguo						
2	1.1.B. Transformación del Paseo de Sarasate						
3	1.1.C. Aparcamiento Casco Histórico y entorno						
4	1.1.D. Intervención integral de Plaza de los Burgos						
5	1.1.E. Intervención del Mercado de Santo Domingo						
6	1.1.F. Reforma del Mercado del Ensanche						
7	1.1.G. Rehabilitación de espacios deteriorados del Casco Antiguo						
8	1.1.H. Sostenimiento de estándares urbanos (mobiliario,...)						
9	1.1.I. Señalética Comercial						
10	1.1.J. Apoyo al Transporte Público Comarcal y Bonif. Aparcam.						
11	1.1.K. Refuerzo aparcamiento bicicletas						
LINEA 1.2.	BARRIOS: ESPACIO COMERCIAL PROXIMIDAD						
12	1.2.A. Consolidación de focos de actividad en barrios intermedios						
13	1.2.B. Corners de proximidad en entornos de baja densidad						
14	1.2.C. Recorridos escolares seguros						
15	1.2.D. Criterios comerciales en la planificación urbanística						R
LINEA 1.3.	MOVILIZACIÓN Y OCUPACIÓN LOCALES OCIOSOS						
16	1.3.A. Servicio-dispositivo de observación de locales vacíos						R
17	1.3.B. Terapias paliativas - fachadas/escaparates						
18	1.3.C. Terapias proactivas - comercialización						
LINEA 1.4.	COMERCIO Y SMART CITY						
19	1.4.A. Experiencia piloto sobre la selección de ejes comerciales						
EJE 2	EL CLIENTE						
LINEA 2.1.	PROYECCIÓN DE LA MARCA COMERCIO DE PAMPLONA						
20	2.1.A. Desarrollo de la marca						
21	2.1.B. Comunicación de la marca						R
LINEA 2.2.	ESTRATEGIAS DE DEMANDA SEGMENTADAS						
22	2.2.A. Erosketak 65 Programa de comercio amigable						
23	2.2.B. Colectivo Gazte: red de comercio e iniciativas gazte						
24	2.2.C. Demanda de Pamplona y de la Cuenca de Pamplona						
25	2.2.D. Colectivo Itinerante						
LINEA 2.3.	FIDELIZACIÓN: PROYECTO COMUNIDAD IRUÑA						
26	2.3.A. Salto Tech. Gestión colectiva de la comunicación+serv. Valor						
LINEA 2.4.	NUEVOS CLIENTES: TURISMO						
27	2.4.A. Capitalizar el turismo rural - excursión a Pamplona						
28	2.4.B. Rebote hostelero comercial						
29	2.4.C. Colección Pamplona de la artesanía Navarra						
30	2.4.D. Tiendas locales atractivas (centenarias)						
31	2.4.E. Visibilidad de Pamplona en sector agroalimentario						
EJE 3	EMPREDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD						
LINEA 3.1.	RENOVACIÓN DE INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS						
32	3.1.A. Apoyo a la actualización del equipamiento comercial						R
LINEA 3.2.	MOTIVACION DEL COMERCIANTE - GESTIÓN - TIC						
33	3.2.A. Sensibilización y motivación: nuevas tendencias						R
34	3.2.B. Adaptación tecnológica básica						R
35	3.2.C. Asesoramiento comercial especializado: tutorías						R
LINEA 3.3.	IMPULSO DE NUEVOS NEGOCIOS VIABLES						
36	3.3.A. Canalización del apoyo general al emprendimiento						R
37	3.3.B. Incubadora urbana de servicios comerciales (Casco Ant.)						
38	3.3.C. Corners de proximidad (barrios) programa piloto						
EJE 4	RELANZAMIENTO ASOCIATIVO						
LINEA 4.1.	DINAMIZACIÓN DE RANGO COMARCAL						
39	4.1.A. Revisión anual + continuidad de act. Dinamización consolid.						R
40	4.1.B. Impulso de la dinamización hacia eventos de proyección com.						R
41	4.1.C. Programas de impulso asociativo: responsables de calle						
LINEA 4.2.	RELANZAMIENTO ASOCIATIVO EN LOS BARRIOS						
42	4.2.A. Fortalecimiento del tejido asociativo de proximidad						R
43	4.2.B. Coordinación y optimización de esfuerzos en la dinamización						R
LINEA 4.3.	LABORATORIO INNOVACION: CASCO ANT. Y ENSANCHE						
44	4.3.A. Enfoque de Comunidad Iruña						
45	4.3.B. Distribución - acercamiento del producto/servicio						
46	4.3.C. Perspectiva del cliente se incorpora al tejido asociativo						R
EJE 5	GOBERNANZA						
LINEA 5.1.	ESTRUCTURAS DE TRABAJO Y COORDINACIÓN						
47	5.1.A. Mesa de Comercio: sesiones técnicas + sesiones informativas						R
48	5.1.B. Unidad Municipal de Coord. Interna Economía Urbana (UEU)						R
49	5.1.C. Unidad institución de coordinación territorial						R
50	5.1.D. Seguimiento y participación activa en el desarrollo de CCAs						R



Las medidas iniciadas y desarrolladas en el año **2018** son las siguientes:

Eje 1 Entorno Urbano

1.1.J. Apoyo al Transporte Público Comarcal

Se acuerda un convenio de colaboración con la Mancomunidad de la Comarca de Pamplona para establecer un sistema de bonificación de billetes de autobús urbano para fomentar su uso en el acceso al centro en la campaña de Navidad 2017/2018 y se establece un servicio de transporte gratuito desde el aparcamiento de Trinitarios a la zona centro para facilitar el acceso al Casco Antiguo.

Eje 2 Cliente

2.1.A. Desarrollo de la Marca

Se contrata el diseño y manual de identidad corporativa de la marca Comercio de Pamplona como enseña que represente al comercio urbano de proximidad.

2.1.B. Comunicación de la Marca

Se inician acciones de comunicación con el apoyo de la recién creada marca, siendo la más destacada la producción de una bolsa con la imagen "Comercio de Pamplona" para su entrega gratuita de forma masiva a los clientes de los comercios asociados a las distintas asociaciones de comerciantes de la ciudad.

2.4.D. Tiendas Locales Centenarias

Se inicia un trabajo de identificación y localización de comercios centenarios de la ciudad, para poder organizar posteriormente (2019) varias vías de puesta en valor y reconocimiento de estos negocios centenarios (web, ruta turística, reconocimiento institucional). A lo largo del año 2018 se realiza el proceso de recopilación de documentación que confirme la actividad centenaria contando con la asistencia técnica de TRACASA y la colaboración de la asociación de comerciantes del Casco Antiguo de Pamplona.

2.4.E. Visibilidad de Pamplona en el sector agroalimentario

Se desarrolla la "Semana del Producto Local" en colaboración con el Consejo de la Producción Agraria Ecológica de Navarra (CPAEN) y la Asociación de Alimentos Artesanos de Navarra.



Con esta actividad se facilita la presencia en el centro de la ciudad de una variada oferta de producto de alimentación local, fomentando hábitos de alimentación saludable y visibilizando el trabajo de los productores y su aportación a la sostenibilidad y a la economía local.

Eje 3 Emprendimiento y Competitividad

La ejecución de la mayor parte de las acciones previstas en este eje se canaliza con el convenio de colaboración con el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN) mediante el cual se busca cumplir con los siguientes objetivos:

En concreto, son objetivos específicos del Ayuntamiento de Pamplona:

- a) Apoyar la creación de empresas en Pamplona, colaborando en la puesta a disposición de empresas y personas emprendedoras de los medios físicos y humanos que ayuden a desarrollar sus ideas de negocio.
- b) Fortalecer el tejido empresarial del término municipal de Pamplona, posibilitando con ello la creación de empleo y riqueza para su ciudadanía.
- c) Prestar especial atención a los sectores de comercio, por su especial incidencia en la configuración del espacio urbano, el turístico y el ámbito del cooperativismo y la economía social, sectores en los que se han observado carencias y oportunidades de negocio que buscan la diferenciación de la ciudad de Pamplona. Además de ser importantes por ser sectores claves para impulsar la vitalidad emprendedora, social y económica de la ciudad, por su capacidad para generar empleo y primeros empleos, y asimismo por la función de abastecimiento y de servicio que prestan a ciudadanos, ciudadanas y visitantes.

Se puede consultar el contenido completo del mencionado convenio y las actividades que contempla en este enlace:

<http://opendata.pamplona.es/opendatadocs/P3120100G/ayuntamiento/convenios/9885298.PDF>

3.1.A. Apoyo a la actualización del equipamiento comercial

Esta medida consiste en la colaboración con la sección de Ordenación del Comercio del Gobierno de Navarra para definir los criterios de valoración de las convocatorias de subvenciones que publica el ejecutivo foral para el apoyo económico a proyectos de inversión del comercio. Se establece contacto con el personal técnico del gobierno responsable de estas subvenciones y se realizan las propuestas pertinentes.



3.2.A. Sensibilización y Motivación: nuevas tendencias del comercio

Se han organizado a lo largo del año doce sesiones formativas y de sensibilización sobre diversos temas de actualidad y de interés para el sector comercial.

Contenido de la programación:

https://www.pamplona.es/sites/default/files/2019-01/tendencias_comercio_OK.PDF

https://www.pamplona.es/sites/default/files/2019-01/tendencias_comercio_2SEM.PDF

Se desarrolla también un ciclo de emprendimiento femenino dirigido a mejorar la profesionalización y formación de las emprendedoras de Pamplona.

Contenido de esta programación:

[https://www.pamplona.es/sites/default/files/2019-](https://www.pamplona.es/sites/default/files/2019-01/info%20CICLO%20EMPREDIMIENTO%20FEMENINO%202018%20para%20Ayuntamiento.pdf)

[01/info%20CICLO%20EMPREDIMIENTO%20FEMENINO%202018%20para%20Ayuntamiento.pdf](https://www.pamplona.es/sites/default/files/2019-01/info%20CICLO%20EMPREDIMIENTO%20FEMENINO%202018%20para%20Ayuntamiento.pdf)

3.2.B. Adaptación Tecnológica Básica: píldoras formativas sobre elementos tecnológicos

Seis de las sesiones formativas antes citadas ofrecidas a lo largo del año 2018 se centran en temas relacionados con la digitalización del sector comercial.

3.2.C. Asesoramiento Comercial Especializado

El PECP contempla en esta medida la colaboración con el Gobierno de Navarra en la difusión del programa de diagnósticos y tutorías individualizadas.

De manera complementaria, como una acción que facilita también la asistencia individualizada a comerciantes, se desarrolla el programa DENDA NAIZ en el marco del convenio con CEIN, gracias al que se presta un asesoramiento y seguimiento personalizado a un grupo de 20 nuevos comercios, acompañándoles en el proceso de puesta en marcha de su negocio.

Detalles completos del programa Denda Naiz

<https://www.pamplona.es/temas/comercio/apoyo-al-comercio/denda-naiz>



Eje 4 Reforzamiento Asociativo

4.1.A. Revisión anual y continuidad de actividades de dinamización consolidadas

Se ejecutan las actividades de dinamización comercial que están consolidadas y se desarrollan en colaboración con las asociaciones de comerciantes de las distintas áreas comerciales de la ciudad.

Las campañas más destacadas de las realizadas en 2018 son las siguientes:

- Feria de Oportunidades Pamplona Stock (marzo)
- Día del Libro y de la Flor (abril)
- Comercio Hace Ciudad (mayo – junio)
- La Noche en Blanco y Rojo (junio)
- Concurso de Escaparates de San Fermin (julio)
- Mercado Medieval de los Tres Burgos (septiembre)
- Ensanche La Nuit (octubre)
- Semana del Producto Local (octubre)
- Promoción Black Friday (noviembre)
- Campaña de Iluminación y Animación de Navidad (diciembre – enero)
- Feria de Navidad (diciembre – enero)

Además, se desarrollan las acciones previstas en el plan de marketing de los mercados municipales que contiene actividades todos los meses del año.

<https://www.pamplona.es/temas/comercio/promocion-y-dinamizacion>

4.2.A. Fortalecimiento del tejido asociativo de proximidad

En el último trimestre del año 2017 se crean las asociaciones de comerciantes de Txantrea y de San Jorge – Sanduzelai contando con el apoyo del servicio de comercio. En el año 2018 se incorpora a estas nuevas asociaciones en la programación de dinamización comercial de zonas comerciales.

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

Se realiza esta coordinación en las sesiones de la mesa técnica de comercio además de por el contacto frecuente y habitual entre el personal técnico municipal y el de las asociaciones. Se mantienen reuniones de coordinación con las asociaciones de comerciantes de manera específica para la preparación, seguimiento y valoración de las campañas de mayor dimensión, principalmente la Feria del Stock, Comercio Hace Ciudad y Navidad.



Eje 5 Gobernanza

5.1.A. Mesa de Comercio

La Mesa de Comercio es un foro de carácter consultivo, de participación sectorial creado para la información, propuesta, consulta y asesoramiento en el desarrollo de las políticas e iniciativas que afecten al sector comercial. Se convoca una vez al cuatrimestre y participan representantes de todos los grupos políticos con representación municipal y representantes de las asociaciones de comerciantes de la ciudad.

Se crea además la Mesa Técnica de Comercio en la que se limita la asistencia al equipo técnico municipal del servicio de comercio y los representantes técnicos de las asociaciones de comerciantes.

5.1.B. Unidad Municipal de Coordinación Interna

Se selecciona a las áreas municipales y sus respectivos responsables que deben formar parte de esta unidad de coordinación y se identifican los principales asuntos a coordinar con cada área y el servicio de comercio.