

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,  
 INTERIOR Y JUSTICIA

RELACIONES CIUDADANAS E  
 INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO  
 AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

## El Gobierno de Navarra aprueba el Plan de Impulso del Comercio Minorista de Proximidad 2018-2020

*Con un presupuesto cercano a los 5 millones de euros, destaca entre sus objetivos estimular la cooperación público privada y la cooperación en el sector, avanzar la competitividad del comercio en Navarra, facilitar la innovación, y la puesta en marcha de nuevos negocios*

Miércoles, 21 de febrero de 2018

El Gobierno de Navarra ha adoptado en su sesión de hoy un acuerdo por el que se aprueba el [Plan de Impulso del Comercio Minorista de Proximidad 2018-2020](#), con el que el Ejecutivo foral pretende avanzar en la competitividad del sector, facilitar la innovación y la puesta en marcha de nuevos negocios. Su presupuesto asciende a un total de 4.854.000 euros, que se consignarán a razón de 1.618.000 euros cada uno de los tres años (2018, 2019 y 2020).



Imagen de un comercio de proximidad.

El [Plan](#), que engloba 4 grandes líneas de trabajo, estructuradas en 11 líneas con 37 acciones concretas para desarrollar a lo largo de estos años, recoge las acciones necesarias para responder a las preocupaciones, necesidades e intereses del sector del comercio, y propiciar un desarrollo más equilibrado de la actividad comercial en la Comunidad Foral. Cabe recordar que el [borrador se presentó en mayo de 2017](#), y en el mes de junio se realizaron las aportaciones.

### Metodología participativa

El documento se ha elaborado con una metodología participativa, en la que han intervenido unidades de la Administración Foral e instituciones públicas y privadas representativas del sector comercial. En esta fase del proceso han participado un total de 47 personas (25 hombres y 22 mujeres) representantes de entidades locales, empresas públicas, asociaciones de comercio, agencias de desarrollo y del propio Gobierno, tanto de la Dirección General de Ordenación del Territorio y Medio Ambiente como de la Dirección General de Comercio y Turismo, además de las encuestas a hogares realizadas

Finalizada la 1ª fase de elaboración del plan, el borrador se dio a conocer a través de la realización de 5 presentaciones territoriales

realizadas por la Directora General de Turismo y Comercio y la consultora contratada para su redacción. Se realizaron presentaciones en Pamplona, Sangüesa, Bertiz, Tafalla y Tudela. A las mismas se invitó tanto a entidades locales como a agentes de desarrollo y asociaciones de comercio, pero con carácter abierto también a cualquier persona interesada. En esta fase del proceso participaron otras 45 personas (28 mujeres y 17 hombres). El documento en fase de borrador se publicó igualmente en el portal de Gobierno Abierto abriendo, con ello, el periodo de exposición pública para la recepción de alegaciones y aportaciones. En dicho periodo se han recibido comentarios y aportaciones de 8 entidades diferentes, de las que 2 se han aceptado parcialmente.

### **Cuatro grandes objetivos**

El nuevo Plan de Impulso se ha estructurado en 4 grandes Programas o Ámbitos de Actuación, que responden a los 4 grandes objetivos que se marca y que afectan de diferente manera a los diversos agentes que intervienen en el sector comercial. De esta manera, se manifiesta de forma clara, que, para lograr el impulso del comercio minorista de proximidad de Navarra, no se puede trabajar de forma aislada. En este sentido el plan refleja una estructuración piramidal en cuya base se encuentran las personas emprendedoras y las empresas del sector, como objeto último del sector comercial, localizándose un paso por encima las agrupaciones y entes intermedios, y por último la Administración, tanto local, como Foral.

Cada programa intenta dar soluciones de adecuación para lograr la mayor eficacia posible a cada uno de estos agentes, pero siempre de forma coordinada y en un ecosistema comercial donde la actuación y mejora de un agente, afecta directamente a todo el sector comercial. En este contexto:

- El Programa 1, que responde al objetivo de “Impulsar la Gobernanza Pública del Sector Comercial” contiene líneas y medidas de actuación que afectan directamente a la Administración (Foral y Local) para lograr una ordenación equilibrada del sistema comercial de Navarra.. Plantea 2 líneas de actuación,: Fomento y Ordenación Territorial del Comercio y Adecuación Urbanístico-comercial.

- El Programa 2, que responde al objetivo de “Estimular la Cooperación Empresarial” contiene líneas y medidas de actuación que afectan directamente a las agrupaciones empresariales (sectoriales y/o zonales) y a otros entes intermedios para incrementar el grado de cooperación empresarial entre las PYMEs del sector y poner en marcha servicios añadidos conjuntos. Plantea 4 líneas de actuación: fomento y consolidación del asociacionismo, comercio urbano, comercio Rural y complementariedad con el turismo y la artesanía.

- El Programa 3, que responde al objetivo de “Avanzar en el grado de Competitividad y Desarrollo Tecnológico de la PYME Comercial”, contiene líneas y medidas de actuación que afectan directamente a las pequeñas empresas de comercio para lograr aumentar su capacidad competitiva. Plantea 3 líneas de actuación: mejora de la gestión y desarrollo tecnológico, formación y tutelajes y cultura de la calidad y la sostenibilidad.

- El Programa 4, que responde al objetivo de “Facilitar la Innovación y Emprendimiento en el sector comercio”, contiene líneas y medidas de actuación que afectan directamente a las nuevas personas emprendedoras, así como a aquellas empresas que pretendan expandir su negocio, buscando consolidar la estructura empresarial y dinamizar el actual mercado inmobiliario de locales y oficinas disponibles. Plantea dos líneas de actuación: fomento del relevo generacional y fomento del emprendimiento comercial.

En total dentro de estos 4 programas se desarrollan 11 líneas de actuación y 37 medidas específicas a ejecutar para la puesta en marcha del mismo. Dentro del plan se deja igualmente clara la necesaria coordinación y trabajo conjunto entre distintos departamentos de Gobierno de Navarra y la colaboración también con las entidades locales.

Para un correcto seguimiento de la ejecución del Plan se plantea su control a través de la presentación de resultados ante el Consejo de Comercio de Navarra, además de una presentación anual pública por parte de la Dirección General de Turismo y Comercio.