PLAN DE IMPULSO DEL COMERCIO MINORISTA DE PROXIMIDAD DE NAVARRA 2022-2025

Gobierno de Navarra
Nafarroako Gobernua

INFORME DEL PROCESO DE PARTICIPACIÓN EN LA FASE DE INFORMACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL BORRADOR DEL PLAN

1. OBJETO

El presente informe tiene por objeto recoger las aportaciones recibidas durante el proceso de participación ciudadana al borrador del Plan de Impulso del Comercio minorista de proximidad y valorar su posible incorporación al mismo.

El presente plan ha contado con:

1. Proceso participativo previo a través de un panel de agentes.
2. Presentación del borrador del Plan ante el Consejo de Comercio el día 29 de julio de 2022 (on line)
3. Presentación abierta con invitación al sector (on line) el 5 de agosto de 2022.

Igualmente, el Departamento de Desarrollo Económico y Empresarial, a través de la Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo impulsora de este plan, y tal y como indica el artículo 29 de la Ley Foral 12/2019, de 22 de marzo, de Participación Democrática en Navarra, ha expuesto públicamente el mismo para "que la ciudadanía pueda expresar observaciones y opiniones en un periodo abierto de exposición pública, que nunca será inferior a un mes, anunciado a través de los distintos canales de comunicación institucional, antes de que se adopten decisiones sobre el plan y programa de carácter general".

En cumplimiento de dicho precepto, el Plan de Impulso del Comercio minorista de proximidad se ha publicado en la siguiente página Web: https://participa.navarra.es/processes/plan-comercio-minorista-Navarra.

Del 8 de agosto de 2022 a 8 de septiembre de 2022 ha sido sometido al trámite de participación ciudadana en el portal de transparencia y participación del Gobierno de Navarra, publicado con tres documentos adjuntos:

- Borrador del citado Plan de Impulso del Comercio minorista de proximidad,
- Borrador Fase Diagnóstico, y
- Resultados de Panel de Agentes.

Asimismo, la citada Ley Foral 12/2019, de 22 de marzo, de Participación Democrática en Navarra, en el artículo 19 denominado Informe final, a tal efecto establece que "concluido el proceso deliberativo, el órgano competente por razón de la materia elaborará en un plazo máximo de cuarenta y cinco días un informe final sobre el proceso, que contendrá las conclusiones alcanzadas y una valoración de la deliberación efectuada. Dicho informe se publicará en los espacios digitales de participación del Gobierno de Navarra o en el espacio análogo de la entidad local".

Transcurrido el plazo otorgado al efecto, se presenta el informe resumen que recoge las aportaciones y la respuesta a las mismas del conjunto del proceso.

2. PROCESO DE PARTICIPACIÓN

El *Plan de Impulso del Comercio Minorista de Navarra 2022-2025*, en su fase de información, desarrollo y presentación del Borrador del Plan, se ha desplegado a través de diferentes herramientas de participación:

- Un **Panel de Agentes** donde han participado 13 agentes representantes de los sectores público y privado relacionados con el sector comercial de Navarra.

- Una **Presentación de resultados ante el Consejo de Comercio de Navarra**, realizada el día 29 de julio de 2022.
- Una **Presentación de resultados abierta a todo el sector**, realizada el día 5 de agosto de 2022.
- Se ha **volcado el documento borrador del Plan de Impulso en la página de Gobierno Abierto** (https://participa.navarra.es/processes/plan-comercio-minorista-Navarra).

En el Panel de Agentes se han priorizado las diferentes actuaciones planteadas en el Plan de Acción y se ha dado la oportunidad a que aportaran otras que no hubiesen sido identificadas, las cuales han sido alineadas en las diferentes líneas estratégicas.

Las presentaciones al Consejo y al sector han servido para poner en antecedentes a las personas participantes, se han explicado los principales resultados obtenidos del diagnóstico actualizado, el grado de ejecución del Plan de Impulso anterior, así como el análisis DAFO del comercio de proximidad minorista en Navarra. Por otro lado, se ha expuesto la estructura del Plan de Impulso 2022-2025, haciendo especial mención a sus objetivos estratégicos, líneas estratégicas y medidas de actuación, así como ejemplos de cómo realizar las fichas de actuación, el proceso de seguimiento y evaluación y el proceso participativo. En estas presentaciones se ha dado la oportunidad de intervenir y realizar las aportaciones que las personas participantes consideraran oportunas.

En Gobierno Abierto se ha dado la oportunidad de consultar el documento borrador del Plan de Impulso y poder hacer las aportaciones o alegaciones oportunas.

2.1. PERSONAS PARTICIPANTES

Por motivos de confidencialidad, solo se aportan las tipologías y entidades a las que representan las personas participantes en el proceso de participación.

En el Panel de Agentes han participado 13 personas que representan a diversas entidades tanto públicas como privadas:

- Ayuntamientos.
- Agrupaciones y confederaciones empresariales y profesionales.
- Grupos de acción local.
- Operadores comerciales.
- Consorcios de desarrollo.
- Cámara de comercio.
-

En la Presentación ante el Consejo de Comercio Navarra del día 29 de julio de 2022, asistieron 17 personas:

- Manuel Martínez Molina de la empresa Auren como presentador.
- 7 mujeres.
- 9 hombres.

En la presentación abierta a todo el sector del día 5 de agosto de 2022, asistieron 43 personas:

- 27 mujeres.
- 16 hombres.

Estas personas pertenecen a:

- Administración del Gobierno de Navarra.
- Entidades Locales.
- Grupos de Acción Local.
- Organizaciones Empresariales.
- Empresas relacionadas con el sector.
- Asociaciones del sector.

3. TRATAMIENTO DE CONSULTAS, APORTACIONES Y SUGERENCIAS

Durante el proceso participativo del Borrador del Plan, especialmente en las presentaciones, se han realizado consultas y sugerencias que se han resuelto en ese mismo momento de la sesión informativa. Por otro lado, se han realizado una seria de aportaciones a lo largo de los diferentes procesos, que pasan a detallarse a continuación:

3.1. PANEL DE AGENTES

El Panel de Agentes permitía, además de la priorización de actuaciones, que los diferentes agentes pudieran realizar propuestas que consideraran que no estaban recogidas en los planteamientos presentados.

Se han realizado un total de 27 aportaciones de 12 personas representantes de asociaciones empresariales, grupos de acción local, entidades locales y otras entidades.

Resultado: Se valora que 17 de dichas aportaciones ya estaban contempladas en las propias medidas y actuaciones previstas en el Plan, 2 de incorporan como actuaciones dentro del plan y 8 se estima que no aplican al presente plan

Por Objetivos Estratégicos las aportaciones o reflexiones fueron las siguientes:

OE1. MEJORAR LA ORDENACIÓN Y EL EQUILIBRIO DEL SISTEMA COMERCIAL NAVARRO:

APORTACIÓN	ALINEACIÓN CON EL PLAN
• Reconocer al sector alimentación como sector esencial.	• No aplica al Servicio.
• Aumento del desequilibrio entre formatos.	• Reflexión sobre diagnóstico, pero incluida dentro de la Línea Estratégica: L.1.2. Implementación de la estrategia como base del crecimiento inteligente, equilibrado y sostenible del comercio en Navarra.
• Creación Observatorio del Comercio Navarro.	• Incluido dentro de la medida: M.1.1.3. Sistema de Inteligencia Comercial de Navarra.
• Programa, medidas, campañas para impulsar relevo generacional.	• Incluido dentro de la medida: M.3.3.2. Facilitación del relevo generacional.
• Seguridad en el transporte.	• No aplica al Servicio.
• Fortalecimiento de ejes comerciales urbanos existentes.	• Incluido dentro del Objetivo Estratégico: OE3. Fortalecer la Imagen del Comercio de Navarra y la Consolidación de su Oferta Comercial

• Elaboración de un Censo comercial en los distintos territorios (que sea actualizable en tiempo real).	• Incluido dentro de la medida: M.1.1.3. Sistema de Inteligencia Comercial de Navarra.
• Bajada de impuestos.	• No aplica al Servicio.
• Guías para agilizar los trámites y las licencias en la puesta en marcha de la actividad comercial. (diferenciadas por el sector comercial).	• Se trasladará la información existente dirigida a la empresa mejorándola en los aspectos competencia de la DGTCyC, dentro de la actuación M.1.1.3.

OE2. PROMOVER LA TRANSFORMACIÓN DEL COMERCIO EN NAVARRA IMPULSANDO LA DIGITALIZACIÓN, LA SOSTENIBILIDAD Y LA INCLUSIÓN SOCIAL

APORTACIÓN	ALINEACIÓN CON EL PLAN
• Impulsar planes de formación y campañas de concienciación y promoción del consumo de productos de proximidad, km 0, circuitos cortos, economía circular como motor de generación y mantenimiento de empleo, de recursos impositivos, fuente de ventajas medioambientales. La finalidad es crear un profundo cambio en los hábitos y modelos de consumo.	• Las actuaciones competencia de la DGTCyC están incluidas dentro de la Línea Estratégica: L.2.2. Hacia un comercio sostenible e inclusivo.
• Promocionar el posicionamiento en redes de los comercios digitales.	• La acción concreta no es competencia directa de la DGTCyC, sino responsabilidad de las propias empresas. No obstante, el Plan sí contempla medidas de impulso para la trasformación digital de las empresas dentro de las Líneas Estratégicas: L.2.1. Potencialización de la Transición Digital del Comercio de Navarra y L.3.2. Fortalecimiento del comercio local y de la imagen del sector.
• Impulsar a que comerciantes reflexionen sobre la sostenibilidad de los productos que comercializan. Dónde se han producido, transporte, impacto social, económico y ambiental.	• Incluido dentro de la Línea Estratégica: L.2.2. Hacia un comercio sostenible e inclusivo.
• Facilitar información y formación sobre programas para mejorar la digitalización y la gestión interna.	• Existe ya un programa: CITD comercio y artesanía, que recoge esta acción. Se mantiene vinculación dentro del marco de la Línea Estratégica: L.2.1. Potencialización de la Transición Digital del Comercio de Navarra.
• Capacitación Digital del comercio y medidas de sostenibilidad y accesibilidad comunicativa.	• Incluido dentro de la Línea Estratégica: L.2.1. Potencialización de la Transición Digital del Comercio de Navarra.

• Presionar a los fabricantes para que las prácticas sostenibles se adopten desde el origen, sin tanto plástico, tanto envoltorio, tanta contaminación, en malas condiciones laborales...	• No aplica al Servicio.
• Campaña dirigida a propietarios de locales, para reducir especulación, que las rentas tan altas aboquen al cierre de tantos comercios. Medidas fiscales para sacar al mercado locales cerrados. Ayudas para inversiones y trámites para segregar local comercial de vivienda en pueblos pequeños y reformar.	• No aplica al Servicio.

OE3. FORTALECER LA IMAGEN DEL COMERCIO DE NAVARRA Y LA CONSOLIDACIÓN DE SU OFERTA COMERCIAL

APORTACIÓN	ALINEACIÓN CON EL PLAN
• Acciones pedagógicas que contribuyan a concienciar desde la más temprana edad sobre la repercusión del "dónde" se compra.	• Se contempla el fomento de medidas de sostenibilidad y economía circular en el marco de competencias de la DGTCyC, dentro de las actuaciones M.2.2.1 Sensibilización e información en materia de sostenibilidad y M.2.2.2 Apoyo a actuaciones sostenibles en el comercio.
• Fomentar el emprendimiento en el territorio en colaboración con las Agencias de Desarrollo Local.	• Incluido dentro de la Línea Estratégica: L.3.3. Fomento del emprendimiento y del relevo generacional.
• Formación en emprendimiento en FP vinculados al comercio, servicios, hostelería (carniceros, peluqueros, cocineros...).	• A analizar dentro de la Línea Estratégica: L.3.3. Fomento del emprendimiento y del relevo generacional.
• Elaboración de un censo de emprendedores, comerciantes, personas interesadas en dar continuidad a los comercios viables. Dar a conocer la existencia del censo. Vincular la oferta con la demanda de forma que se agilice la conexión entre ambas partes. Conexión entre el fomento del emprendimiento y la transmisión de comercios.	• Incluido dentro de la medida: M.3.3.2. Facilitación del relevo generacional.
• Proyecto piloto de cooperación entre territorios rurales navarros.	• Incluido dentro de la medida: M.1.1.4. Impulso a la colaboración entre administraciones.
• Tutorización también a negocios próximos al cierre para preparar el relevo.	• Incluido dentro de las medidas M.3.3.2. Facilitación del relevo generacional y M.3.4.1. Planes Comarcales de Actuación en el Medio Rural.

• Habilitar una convocatoria de subvención específica para el relevo generacional o traspaso de comercios que incluyan la subvención al coste del traspaso y/o gastos de alquiler durante, al menos, los dos primeros años.	• Incluido dentro de la medida: M.3.3.2. Facilitación del relevo generacional.
• Censo de negocios de próximo relevo.	• Incluido dentro de la medida: M.3.3.2. Facilitación del relevo generacional.
• Proyectos pilotos para promocionar productos locales también deben dirigirse al consumidor local.	• Incluido dentro de la medida: M.3.2.2. Apoyo a campañas de comercio local y de fidelización de clientes.

PRESENTACIONES

Tras las presentaciones, solo ha habido aportaciones formales al borrador del Plan de Impulso que han sido realizada por el Instituto Navarro para la Igualdad/Nafarroako Berdintasunerako Institutua.

APORTACIÓN	ALINEACIÓN CON EL PLAN
• Incorporar una nueva medida y un nuevo indicador relativo a la sensibilización y formación en igualdad en el OE2. Promover la Transformación del Comercio en Navarra impulsando la Digitalización, la Sostenibilidad y la Inclusión Social.	• Incluida nueva medida: M.2.2.4. Sensibilización y formación en igualdad.
• Introducir la perspectiva de género, es decir, la visibilización de la presencia de mujeres y hombres y sus distintas posiciones y necesidades, con especial consideración a la situación de las mujeres en el entorno rural. A la nueva formulación deberá corresponder la recogida de datos desagregados por sexo para elaborar los indicadores.	• Incluida en las medidas correspondientes: ○ M.3.3.1. Fomento del Emprendimiento. ○ M.3.4.1. Planes Comarcales de Actuación en el Medio Rural. ○ M.3.4.3. Impulso de un Programa de Formación del Comercio en el Entorno Rural.
• Recordar el necesario carácter inclusivo del lenguaje y las imágenes utilizadas en la comunicación en las medidas relacionadas con este ámbito.	• Incluida en las medidas correspondientes: ○ M.2.2.3. Impulso de la accesibilidad universal en establecimientos y espacios comerciales. ○ M.3.2.1. Apoyo en la mejora de los equipamientos y espacios públicos comerciales. ○ M.3.2.2. Apoyo a campañas de comercio local y de fidelización de clientes (incluyendo: “utilizando lenguaje e imágenes inclusivas”).

	○ M.3.3.4. Proyectos Piloto de Vinculación Comercial, Turística y Artesanal.
• Desglosar por sexo todos los datos referidos a personas en los Indicadores de Medición del Programa Operativo y elaborar indicadores de género sencillos que permitan conocer su evolución durante el periodo de vigencia del Plan.	• Incluido su previsión.
• Promover la presencia de las mujeres en una proporción equilibrada en los órganos de dirección y decisión en los ámbitos social, político, económico, educativo, de la salud, cultural y deportivo, entre otros, tal como reza el art. 16 de la Ley Foral 17/2029.	• Incluida en las medidas correspondientes: ○ M.1.2.3. Fomento de la participación público-privada.
• Recurrir en la redacción del texto a alternativas inclusivas como el uso de la palabra persona: personas consumidoras, personas emprendedoras… o dobles formas: consumidoras y consumidores o las y los consumidores.	• Realizado.

3.2. GOBIERNO ABIERTO

El borrador del Plan de Impulso del Comercio de Proximidad Minorista de Navarra 2022-2025 ha estado expuesto en fase de exposición pública para que la ciudadanía pueda hacer aportaciones desde el 8/9/2022 - 8/10/2022 (https://participa.navarra.es/processes/plan-comercio-minorista-Navarra), pero no se han recibido aportaciones.

Pamplona a 21 de octubre de 2022.

Margari Cueli Erize

Directora del Servicio de Ordenación y Fomento del Turismo y del Comercio.