



PLAN DE IMPULSO DEL COMERCIO MINORISTA DE PROXIMIDAD DE NAVARRA 2017-2020

30/05/2017

NAFARROAKO TXIKIZKAKO MERKATARITZA HURBILA BULTZATZEKO PLANA 2017-2020

2017/05/30



Diagnostikoa Diagnóstico

Importancia del sector "Comercio y reparación" en Navarra (miles de euros)	2011	2012	2013	2014	2015
Valor Añadido Bruto (VAB)	1.509.045	1.471.319	1.430.421	1.436.143	1.502.205
% sobre el total	8,75%	8,71%	8,64%	8,60%	8,74%
% sobre servicios de mercado	15,20%	14,90%	14,73%	14,74%	14,99%

Fuente: Instituto de Estadística de Navarra. Elaboración Propia.

➔ Balio Erantsi Gordina: %8,7 azken 5 urteetan*

➔ VAB: 8,7% en los últimos 5 años*

*comercio al por mayor y al por menos, reparación de vehículos a motor

 Enplegua

 Empleo

Puestos de Trabajo Total	2011	2012	2013	2014	2015 (a)
EMPLEO total	35.673	34.912	34.057	34.504	35.185
% sobre el total de puestos de trabajo en servicios	19,2%	19,3%	19,1%	19,0%	18,8%
% sobre total puesto de trabajo	12,3%	12,6%	12,7%	12,7%	12,7%

Fuente: Instituto de Estadística de Navarra. Elaboración Propia.

- Zerbitzuen sektoreko lanpostu guztien %18,8

- Lanpostu guztien %12,7

- 18,8% del total de puestos en el sector servicios

- 12,7% del total de los puestos de trabajo

Enpresen eboluzioa

Evolución empresas

Número de empresas de comercio al por menor en Navarra. 2012-2016	2016	2015	2014	2013	2012	△12/16
En establecimientos no especializados	553	549	518	512	499	9,8%
Aliment. bebidas y tabc. Establecimientos especializados	1.644	1.649	1.653	1.601	1.554	5,5%
Combustible establecimientos especializados	102	103	103	104	106	-3,9%
TICs establecimientos especializados	104	106	91	100	107	-2,9%
Otros usos domésticos en establecimiento especializado	998	1.042	1.078	1.079	1.070	-7,2%
Art. cultur. y recreativos, en establecimientos especializados	385	381	377	379	408	-6,0%
Otro comercio en establecimientos especializados	2.048	2.010	1.972	1.996	1.996	2,5%
Mercadillos y puestos venta	465	452	394	391	417	10,3%
No establecimientos, ni mercadillos ni puestos de venta	181	175	162	151	141	22,1%
Total Comercio al por menor, no vehículos	6.480	6.467	6.348	6.313	6.298	2,8%

Fuente: DIRCE. Instituto Nacional de Estadística. Elaboración Propia.

 Enpresen tamaina

 Tamaño empresarial

Empresas según estrato de asalariados. Año 2016								
Ramas de Actividad	Sin asalariados	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	De 10 a 19	De 20 a 49	De 50 o más	Total
En establecimientos no especializados	288	182	54	16	6	3	4	553
Alimentación, bebidas y tabaco	704	666	212	48	7	7	0	1.644
Combustible establecimientos especializados	11	29	38	12	8	4	0	102
TICs establecimientos especializados	29	55	11	6	2	0	1	104
Otros usos domésticos establecimientos especializados	507	361	98	26	3	3	0	998
Art. Cultur. y recreativos en establecimientos especializados	222	114	31	6	4	3	5	385
Otros en establecimientos especializados	840	915	238	35	9	10	1	2.048
Mercadillos y puntos de venta	406	43	12	3	1	0	0	465
No establecimientos, ni mercadillos ni puestos de venta	118	49	9	3	1	1	0	181
Total	3.125	2.414	703	155	41	31	11	6.480
%	48,2%	37,3%	10,8%	2,4%	0,6%	0,5%	0,2%	100%
% Acumulado	48,2%	85,5%	96,3%	98,7%	99,4%	99,8%	100%	100%

Fuente: DIRCE. Instituto Nacional de Estadística. Elaboración Propia.

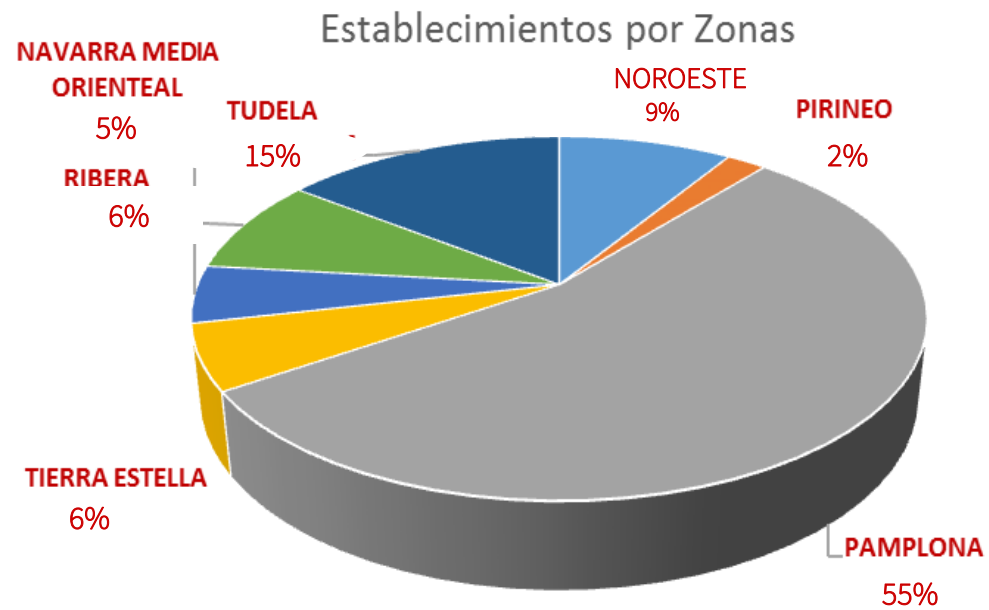
Kokapena

Ubicación

Tipología Comercial	aislado	Mercado municipal	Centro comercial	Galería comercial	Anexo a una gran superficie o hotel	Otros	Total
Comercio al por menor en establecimientos no especializados	95,6%	0,2%	2,2%	1,2%	0,2%	0,6%	100%
Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos no especializados	90,0%	6,4%	1,7%	0,7%	0,2%	0,9%	100%
Comercio al por menor de productos farmacéuticos, artículos médicos, belleza e higiene	96,0%	0,1%	3,6%	0,1%	0,1%	-	100%
Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados	92,7%	0,8%	5,3%	0,7%	0,3%	0,2%	100%
Comercio al por menor de bienes de segunda mano, en establecimientos	100%	-	-	-	-	-	100%
TOTAL	92,6%	2,2%	3,8%	0,7%	0,2%	0,4%	100%

93% establecimientos localizados de forma aislada

93% establecimientos localizados de forma aislada



Fuente: Instituto de Estadística de Navarra. Elaboración Propia.

Eskaeraren ikerketa

- ➔ Tokiko merkataritzaren protagonismo garrantzitsua: %83k saltoki hauetan erosi ohi du
- ➔ Erakargarritasun faktoreak:
 - Hurbiltasuna: %55,6
 - Eskaintza osatua: %18,2

Estudio de la demanda

- ➔ Importante protagonismo del comercio local: 83% que compra habitualmente en dicho comercio
- ➔ Factores de atracción:
 - Cercanía: 55,6%
 - Oferta completa: 18,2%

➔ Kontsumitzaileek tokiko merkataritzan erosketak ez egiteko lehen faktorea da eskaintza eskasa edo barreiatua dagoela: %39,4

➔ Bigarren mailako faktoreak: kalitate-prezio erlazio txarra, urruntasuna, ingurune ez erakargarria, egokitasuna erosketak egiterakoan eta, are, aparkatzeko zailtasunak.

➔ Principal factor por el que los consumidores no realizan sus compras en el comercio local, es la existencia de una oferta escasa o dispersa: 39,4%

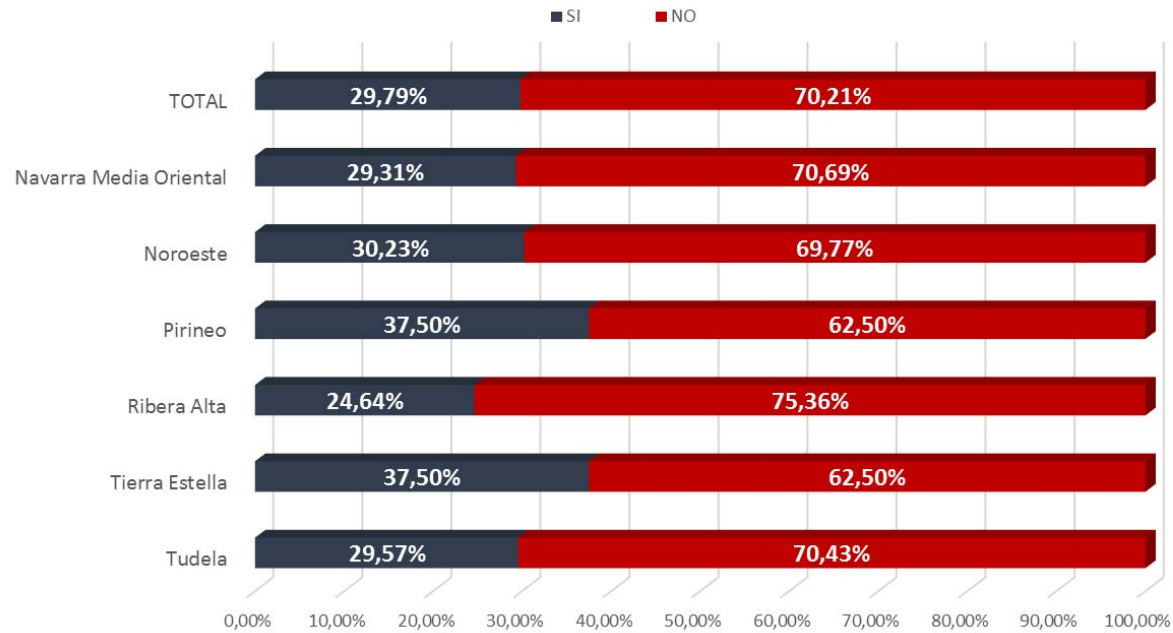
➔ Factores secundarios: mala relación calidad-precio, lejanía, entorno poco atractivo, la conveniencia a la hora de realizar las compras, e incluso la falta de aparcamiento.

Gastu ihesa / Fuga de gasto

ZONAS	NO FUGA	FUGA DE GASTO
Tudela	80,35%	19,65%
Tierra Estella	60,30%	39,70%
Ribera Alta	55,00%	45,00%
Pirineo	48,56%	51,44%
Noroeste	64,76%	35,24%
Navarra Media Oriental	62,16%	37,84%
TOTAL	64,27%	35,73%

TIPOLOGÍA DE CONSUMO	NO FUGA	FUGA DE GASTO
Alimentación Perecedera	89,8%	10,2%
Resto Alimentación	81,5%	18,5%
Ropa y Calzado	52,8%	47,2%
Muebles y Electrodomésticos	71,5%	28,5%
Otro Comercio	76,2%	23,8%
Restauración	92,1%	7,9%
Otros	79,2%	20,8%
TOTAL	62,72%	37,28%

¿REALIZA COMPRAS A TRAVÉS DE INTERNET?



Gastu ihesa internetetik:
%29,77%

Fuga de gasto por Internet:
29,77%

➔ Toki entitateei egindako inkestak, merkataritzaren garapenari dagokionez

Ondorio nagusiak:

- Merkataritzako araudiaren nolabaiteko ezjakintasuna
- Plangintza komertzial urria.

➔ Encuestas a entidades locales en el desarrollo comercial

Principales conclusiones:

- Cierta desconocimiento de la normativa comercial
- Escasa planificación comercial

Prestakuntza komertzialaren azterketa

Ondorioak:

=> Prestakuntza komertzialaren arrakasta txikia

- Prestakuntza arautu urria
- Arautu gabeko prestakuntza garrantzitsua baino egokitzapen txikikoa (ordutegia, ez da ezagutzen, generikoa da...)

Análisis de la Formación comercial

Conclusiones:

=> Escaso éxito de la formación comercial

- Formación reglada escasa
- Formación no reglada importante pero poco adaptada (horarios, desconocimiento, genérica...)

➔ Eskualdekako lan mahaiak

➔ Mesas de trabajo por zona



➔ Eskualdekako AMIA analisia

➔ Análisis DAFO por zona

Ondorio nagusiak

Indarguneak/Aukerak:

- Herritarrekiko hurbiltasuna
- Bezeroekiko tratu pertsonalizatu eta hurbila
- Sinergiak beste sektoreekin (artisauak eta turismoa)
- Sektore giltzarria tokiko ekoizpen sistemetan
- Kalitatezko eta prestigiozko tokiko produktuak (nekazaritzako elikagaiak)

Principales conclusiones

Fortalezas/Oportunidades:

- Cercanía a la población
- Trato personalizado y cercano a los clientes
- Sinergias con otros sectores (artesanal y turístico)
- Sector clave en los sistemas productivos locales
- Productos locales (agroalimentario) de calidad y con prestigio



Ahulguneak/mehatxuak:

- Belaunaldi aldaketa falta da
- Kontsumitzaileek bestelako gune eta formatu komertzial batzuetara ihes egiten dute
- Kontsumo azturetan eta erosketa portaeretan aldaketak
- Toki-administrazioaren partizipazio maila baxua
- Hirigintza doitzea baxua
- Lankidetzeta eta asoziazionismo maila baxua
- Baterako sustapen urria
- Espezializazio falta

Debilidades/amenazas:

- Falta relevo generacional
- Fuga de consumidores a otros espacios y formatos
- Cambios de los hábitos de consumo y comportamientos de compra
- Escasa participación activa por parte de la Administración Local.
- Falta de adecuación urbanístico-comercial
- Nivel de cooperación y asociacionismo bajo
- Falta la especialización



PLAN DE IMPULSO DEL COMERCIO MINORISTA DE PROXIMIDAD DE NAVARRA 2017-2020

30/05/2017

NAFARROAKO TXIKIZKAKO MERKATARITZA HURBILA BULTZATZEKO PLANA.

2017-2020

2017/05/30



Helburuak

- ➔ Nafarroako sektore komertzialaren gobernantza publikoa sustatzea
- ➔ Nafarroako sektore komertzialean enpresa lankidetzaz bultzatzea
- ➔ Nafarroako ETE komertzialen lehiakortasun mailan aurrera egitea
- ➔ Merkataritzaren sektorean berrikuntza eta ekintzailatza erraztea

Objetivos

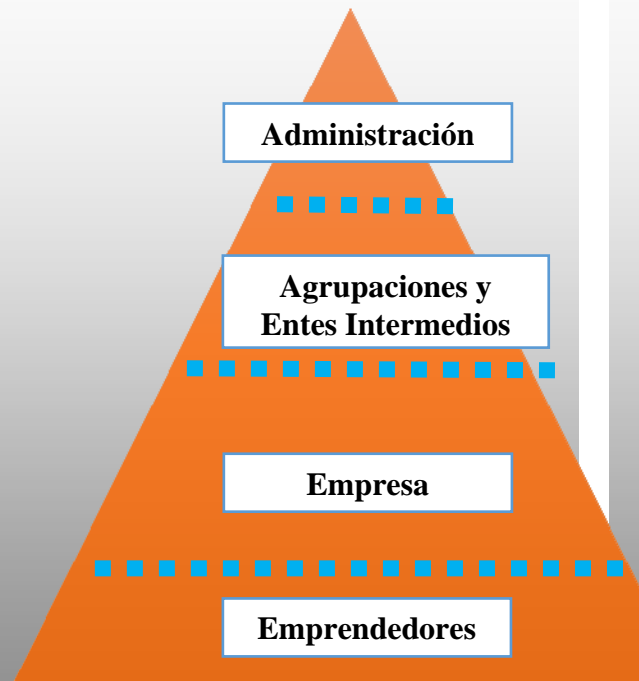
- ➔ Impulsar la Gobernanza Pública del Sector Comercial en Navarra
- ➔ Estimular la Cooperación Empresarial en el Sector Comercial de Navarra
- ➔ Avanzar en el Grado de Competitividad de la Pyme Comercial Navarra
- ➔ Facilitar la Innovación y el Emprendimiento en el Sector Comercio

Adierazleak

Indicadores

Indicador	Referencia	Meta
	(último dato disp.)	(2020)
Incremento de planes de dinamización y/o desarrollo comercial municipales	N/A	10
Incremento del Asociacionismo	30%	40%
Incremento de venta online del comercio por parte del comercio de proximidad	9%	15%

Ekintzak



 4 programa

Acciones

Programa 1: Gobernanza Pública del Sector Comercial

Programa 2: Cooperación Empresarial

Programa 3: Competitividad de la Pyme Comercial

Programa 4: Innovación y Emprendimiento

 4 programas

PROGRAMAS, LÍNEAS Y MEDIDAS DE ACTUACIÓN
PROGRAMA 1: GOBERNANZA PÚBLICA DEL SECTOR COMERCIAL
LÍNEA DE ACTUACIÓN 1.1 FOMENTO Y ORDENACIÓN TERRITORIAL DEL COMERCIO
LÍNEA DE ACTUACIÓN 1.2 ADECUACIÓN URBANÍSTICO-COMERCIAL
PROGRAMA 2: COOPERACIÓN EMPRESARIAL
LÍNEA DE ACTUACIÓN 2.1 FOMENTO Y CONSOLIDACIÓN DEL ASOCIACIONISMO
LÍNEA DE ACTUACIÓN 2.2 COMERCIO URBANO
LÍNEA DE ACTUACIÓN 2.3 COMERCIO RURAL
LÍNEA DE ACTUACIÓN 2.4 COMPLEMENTARIEDAD CON EL TURISMO Y LA ARTESANÍA
PROGRAMA 3: COMPETITIVIDAD DE LA PYME
LÍNEA DE ACTUACIÓN 3.1 MEJORA DE LA GESTIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO
LÍNEA DE ACTUACIÓN 3.2 FORMACIÓN Y TUTELAJES
LÍNEA DE ACTUACIÓN 3.3 CULTURA DE LA CALIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD
LÍNEA DE ACTUACIÓN 3.4 FOMENTO DEL RELEVO GENERACIONAL
PROGRAMA 4: INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO
LÍNEA DE ACTUACIÓN 4.1 FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO COMERCIAL

➔ 11 lan lerro
➔ 37 ekintza

➔ 11 líneas de trabajo
➔ 37 acciones

1. programako adibideak: Gobernantza Publikoa

- ➔ M.1.1.1 Nafarroako merkataritza sistema zehaztea
- ➔ M.1.1.4 Toki Administrazioako teknikariendako prestakuntza
- ➔ M.1.2.2 Hiriguneak jarduera komertzialerako egokitzea
- ➔ M.1.2.1 Tokiko merkataritza dinamizatzeko planak diseinatzea

Ejemplos Programa 1: Gobernanza Pública

- ➔ M.1.1.1. Determinación del Sistema Comercial de Navarra
- ➔ M.1.1.4. Formación a Técnicos de la Administración Local
- ➔ M.1.2.2. Adecuación de Espacios Urbanos a la Actividad Comercial
- ➔ M.1.2.1. Diseño de Planes de Dinamización del Comercio Local

2. programako adibideak: Enpresen arteko lankidetzak

- ➔ M.2.1.5 Bezeroak fidelizatzeko ekintzak bultzatzea.
- ➔ M.2.1.2 Kidearendako zerbitzuak sortzen laguntzea
- ➔ M.2.3.1 Premiak antzematea, landaguneen arabera
- ➔ M.2.3.2 Lankidetzak aliantzak sustatzea

Ejemplos Programa 2: Cooperación empresarial

- ➔ M.2.1.5. Apoyo a Acciones de Fidelización de Clientes
- ➔ M.2.1.2. Apoyo a la Creación de Servicios al Asociado
- ➔ M.2.3.1. Detección de Necesidades por Zonas Rurales
- ➔ M.2.3.2. Fomento de Alianzas de Colaboración

➔ M.2.3.2 Lankidetzak aliantzak sustatzea

➔ M.2.3.3 Zerbitzu anitzeko eta produktu anitzeko negozioak garatzea

➔ M.2.2.1 Saltoki gune irekien formatua arautzea

➔ M.2.3.2. Fomento de Alianzas de Colaboración

➔ M.2.3.3. Desarrollo de Negocios Multiservicios y Multiproducto

➔ M.2.2.1. Regulación del Formato Centro Comercial Abierto (CCA)

3. programako adibideak: ETEen lehiakortasuna

- ➔ M.3.1.1 Negozio ereduaren diagnostikoa eta jarduera plana
- ➔ M.3.2.1 Premiak antzematea eta prestakuntza ibilbideak sortzea

Ejemplos Programa 3: Competitividad de la Pyme

- ➔ M.3.1.1. Diagnósticos del Modelo de Negocio y Plan de Actuación
- ➔ M.3.2.1. Detección de Necesidades y Creación de Itinerarios Formativos

4. programako adibideak: Berrikuntza eta ekintzaitza

 Ekintzaileak eta inbertsoreak

Ejemplos Programa 4: Innovación y emprendimiento

 Programa de Captación de
Emprendedores e Inversores

Parte-hartzea

- ➔ Zirriborroa
- ➔ Zirriborroa prestatzea, eragile sozioekonomikoekin lankidetzan
- ➔ Parte-hartze publikoa

Participación

- ➔ Borrador
- ➔ Elaboración del borrador en colaboración con agentes socioeconómicos (mesas de trabajo por zona...)
- ➔ Participación pública

Gobierno Abierto
Gobernu Irekia

30 de mayo – 30 junio
maiatzaren 30tik – ekainaren 30ra