

## PARTE 1: IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Esta parte tendrá carácter introductorio, y su objetivo es proporcionar información general sobre el proyecto, con el objetivo de situar en contexto las actuaciones que plantea en la solicitud de inversión.

1. Nombre descriptivo del proyecto
<b>PAMPLONA PUEDE: PLAN DE APOYO A MERCADOS Y ZONAS URBANAS COMERCIALES PAMPLONA 21-22</b>
2. Actuación/es financiable/s de las descritas en el artículo 7
Art.7. 2 Gastos dirigidos a la transformación digital: apartados a, b, c, y d. Art.7. 3 Gastos referidos a la transformación del punto de venta. apartado e Art.7. 4 Gastos relativos a la sostenibilidad y economía circular. apartados b y e. Art.7. 6 Gastos de sensibilización y formación: apartados a y c Art.7. 7 Otros Gastos Subvencionables. apartados a, b, c y d. Se incluye en el punto siguiente cuadro resumen de medidas con referencia al tipo de gasto.
3. Breve descripción/resumen del proyecto
<p>Se trata de un plan de actuación <b>integral</b> que contempla medidas agrupadas en varios ejes de actuación. Se presenta aquí una síntesis y se despliega el detalle de las líneas de actuación y las medidas contempladas en estas en la parte 3 de esta memoria. No se incluyen en esta memoria aquellas actuaciones que, a pesar de estar contempladas en el plan de actuación municipal, no son subvencionables según las bases de esta convocatoria.</p> <p>Los ejes programáticos de este plan de apoyo de Pamplona son:</p> <p><u>Eje 1 Mercados Municipales</u></p> <p>Acciones específicas de <b>mejora de la competitividad y promoción</b> de los <b>mercados municipales</b>. Proyecto de <b>mejora de las instalaciones</b> del Mercado del Ensanche para una mejor <b>climatización</b> y uso más <b>eficiente de la energía</b>, así como las obras de adecuación de los <b>locales exteriores</b> del edificio del mercado para su embellecimiento y accesibilidad.</p> <p><u>Eje 2 Desarrollo Económico y Competitividad</u></p> <p>Acciones encaminadas a favorecer los <b>resultados económicos</b> y la <b>competitividad</b> de los comercios de las zonas urbanas de alta densidad comercial de Pamplona.</p> <p><u>Eje 3 Transición Energética y Sostenibilidad</u></p> <p>Acciones encaminadas a fomentar un <b>menor consumo de recursos energéticos</b> y una <b>menor generación de residuos</b> por parte de los comercios de las zonas urbanas de alta densidad comercial de Pamplona.</p>

#### Eje 4 Dinamización y Promoción Comercial

Acciones encaminadas a **hacer atractiva la visita** por motivo de compras a las distintas zonas urbanas de alta densidad comercial de Pamplona.

#### Eje 5 Urbanismo Comercial

Acciones encaminadas a que el **espacio urbano** de las áreas comerciales, sea el más apropiado para acoger comercios y clientes tanto en sentido **estético** (embellecimiento urbano) como en cuanto a **conveniencia** (accesibilidad y movilidad) y **normativa** (usos permitidos).

Este plan de apoyo se ha diseñado inspirándose en el **Plan Estratégico del Comercio de Pamplona 2017-2021** que debía ser **actualizado** atendiendo al nuevo **escenario post pandemia**. Se estructura en torno a 5 ejes programáticos ya indicados y dentro de estos se priorizan las actuaciones y medidas consideradas más urgentes y/o de mayor impacto a corto plazo para resolver las necesidades del sector y que al mismo tiempo encajan con los requisitos de esta convocatoria.

Se pone el acento en la **mejora de la competitividad**, principalmente a través de la **digitalización**, y en incentivar y sensibilizar a la población local en favor del **consumo en el comercio local**, así como en la mejora de la **accesibilidad** de las áreas urbanas de mayor densidad y dotación comercial entendida en un sentido amplio y universal, considerando acciones de mejora en la accesibilidad física y también en la sensorial.

Asimismo, se han incorporado actuaciones contempladas en la **Agenda Urbana de Pamplona – Estrategia 2030** y en la **Estrategia de Transición Energética y Cambio Climático de Pamplona 2030**, para situar al sector comercial de Pamplona como un sector estratégico en la trayectoria de la ciudad en su **desarrollo sostenible** a largo plazo.

Se presta especial atención a la modernización de los **mercados municipales** y a su promoción a través de un plan de marketing específico y se ha diseñado una importante **obra de reforma** del Mercado del Ensanche para mejorar su sistema de climatización y obtener un **uso más eficiente de la energía** en el mismo y reducir el impacto del cambio climático.

Se incluyen varias medidas orientadas a **frenar el incremento de locales vacíos** en zonas comerciales o en su defecto a **paliar los efectos perniciosos** de las vacantes comerciales en las calles de la ciudad. Se plantea una mejora de las prestaciones del ya existente **Observatorio de Comercio Urbano** (GeoPamplona) y la **formación** del personal técnico de las asociaciones de comerciantes para extender el uso de esta herramienta digital y **monitorizar** mejor los **locales vacíos y la oferta o “mix” comercial** de los ejes comerciales urbanos prioritarios.

Todas las cantidades incluyen IVA		2021	2022	TOTAL
<b>E1</b>	<b>MERCADOS MUNICIPALES</b>	<b>2021</b>		<b>2.052.585,00 €</b>
A1	DIGITALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN MERCADOS			124.863,00 €
1	Plan de Marketing Mercados Municipales	5.000,00 €	40.000,00 €	45.000,00 €
2	Instalación punto de entrega inteligente Mercado del Ensanche	- €	30.000,00 €	30.000,00 €
3	Impantación de Redes WIFI en los Mercados Municipales	- €	36.663,00 €	36.663,00 €
4	Señalética y Pantallas digitales para información servicios Mercados	- €	13.200,00 €	13.200,00 €
A2	ADAPTACION AL CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR EN MERCADOS			1.852.722,00 €
5	Obras de Reforma del Mercado del Ensanche para optimizar climatización (Fases I y II)	1.316.722,00 €	533.000,00 €	1.849.722,00 €
6	Formación y sensibilización puestos Mercados para reducción residuos y consumos	- €	3.000,00 €	3.000,00 €
A3	MEDIDAS DE DISEÑO Y EMBELLECIAMIENTO URBANO			75.000,00 €
7	Obras de adecentamiento locales vacíos exteriores Mercado Ensanche	- €	75.000,00 €	75.000,00 €
<b>E2</b>	<b>DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD</b>			<b>150.000,00 €</b>
A4	INCENTIVO AL CONSUMO EN NEGOCIOS LOCALES AREAS COMERCIALES URBANAS			95.000,00 €
8	Alquiler plataf.software y gastos comunicación Bonos Descuento Digitales Pamplonup	65.000,00 €	- €	65.000,00 €
9	Otras campañas y promociones de apoyo al consumo local (pasaporte comercial)	- €	30.000,00 €	30.000,00 €
A5	INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD COMERCIO URBANO EJES PRIORITARIOS			40.000,00 €
10	Digitalización. Ampliación proyecto CORE: asesoría a comercios en soluciones digitales	- €	40.000,00 €	40.000,00 €
A6	MEJORA DEL MIX COMERCIAL EJES PRIORITARIOS DE AREAS COMERCIALES URBANAS			15.000,00 €
11	Herramienta Digital Informes Observatorio Urbano Ejes Comerciales (GeoPamplona)	- €	15.000,00 €	15.000,00 €
<b>E3</b>	<b>TRANSICIÓN ENERGÉTICA Y SOSTENIBILIDAD</b>			<b>25.000,00 €</b>
A7	ADAPTACION AL CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR			5.000,00 €
12	Formación y sensibilización a comercios para reducción consumos y residuos	- €	5.000,00 €	5.000,00 €
A8	MEJORA DE EFICIENCIA ENERGÉTICA			20.000,00 €
13	Servicio de asesoría de mejora de eficiencia energética del comercio urbano	- €	15.000,00 €	15.000,00 €
14	Formación y sensibilización a comercios ejes prioritarios mejora de eficiencia energética	- €	5.000,00 €	5.000,00 €
<b>E4</b>	<b>DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL</b>			<b>205.000,00 €</b>
A9	CAMPAÑAS PROMOCIÓN ZONAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD			100.000,00 €
15	Actividades de Animación y Promoción en Campaña Navidad	50.000,00 €	50.000,00 €	100.000,00 €
A10	ACTIVIDADES DINAMIZACIÓN ZONAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD			55.000,00 €
16	Día del Libro y la Flor	- €	20.000,00 €	20.000,00 €
17	Mercado Medieval	- €	3.000,00 €	3.000,00 €
18	Semana del Producto Local	2.000,00 €	15.000,00 €	17.000,00 €
19	Feria de Navidad	5.000,00 €	10.000,00 €	15.000,00 €
A11	COMUNICACIÓN			50.000,00 €
20	Campañas Comunicación y Sensibilización Apoyo al Comercio Local - Zonas Alta densidad	- €	50.000,00 €	50.000,00 €
<b>E5</b>	<b>URBANISMO COMERCIAL</b>			<b>455.000,00 €</b>
A12	CONSOLIDACIÓN EJES COMERCIALES AREAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD			90.000,00 €
21	Inversión nuevos usos locales vacíos de propiedad municipal (aparcabicis, consignas,...)	- €	75.000,00 €	75.000,00 €
22	Embellieciento y ornato de locales vacíos de ejes comerciales prioritarios	- €	15.000,00 €	15.000,00 €
A13	MEJORA ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD			240.000,00 €
23	Reurbanización / ensanchamiento aceras y mejora accesos ejes comerciales urbanos	- €	200.000,00 €	200.000,00 €
24	Inversiones mejora de accesibilidad universal: señalética comercial digital accesible	- €	40.000,00 €	40.000,00 €
A14	MEDIDAS DE DISEÑO Y EMBELLECIAMIENTO URBANO			125.000,00 €
25	Inversión para elementos de Ornamentación urbana en ejes comerciales alta densidad	- €	75.000,00 €	75.000,00 €
26	Mobiliario urbano y otras acciones embellecimiento ejes comerciales alta densidad	- €	50.000,00 €	50.000,00 €
<b>TOTAL</b>		<b>1.443.722,00 €</b>	<b>1.443.863,00 €</b>	<b>2.887.585,00 €</b>

Se incluye a continuación el cuadro resumen de las actuaciones y medidas indicando el tipo de gasto según la nomenclatura del art. 7 de la convocatoria.

<b>E1 MERCADOS MUNICIPALES</b>		<b>GASTO Art.7</b>
<b>A1</b>	<b>DIGITALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN MERCADOS</b>	
	1 Plan de Marketing Mercados Municipales	2.c y 7.d
	2 Instalación punto de entrega inteligente Mercado Ensanche	4.b
	3 Implantación de Redes WIFI en los Mercados Municipales	7.a
	4 Señalética y Pantallas digitales para información servicios Mercados	2.a
<b>A2</b>	<b>ADAPTACION AL CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR EN MERCADOS</b>	
	5 Obras de Reforma del Mercado del Ensanche para optimizar climatización (Fases I y II)	3.e
	6 Formación y sensibilización puestos Mercados para reducción residuos y consumos	6.c
<b>A3</b>	<b>MEDIDAS DE DISEÑO Y EMBELLECIMIENTO URBANO</b>	
	7 Obras de adecuamiento locales vacíos exteriores Mercado Ensanche	3.e
<b>E2 DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD</b>		
<b>A4</b>	<b>INCENTIVO AL CONSUMO EN NEGOCIOS LOCALES AREAS COMERCIALES URBANAS</b>	
	8 Alquiler plataf.software y gastos comunicación Bonos Descuento Digitales Pamplonup	2.a
	9 Otras campañas y promociones de apoyo al consumo local (pasaporte comercial)	2.a y 7.d
<b>A5</b>	<b>INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD COMERCIO URBANO EJES PRIORITARIOS</b>	
	10 Digitalización. Ampliación proyecto CORE: asesoría a comercios en soluciones digitales	6.a
<b>A6</b>	<b>MEJORA DEL MIX COMERCIAL EJES PRIORITARIOS DE AREAS COMERCIALES URBANAS</b>	
	11 Herramienta Digital Informes Observatorio Urbano Ejes Comerciales (GeoPamplona)	2.d
<b>E3 TRANSICIÓN ENERGÉTICA Y SOSTENIBILIDAD</b>		
<b>A7</b>	<b>ADAPTACION AL CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR</b>	
	12 Formación y sensibilización a comercios para reducción consumos y residuos	6.c
<b>A8</b>	<b>MEJORA DE EFICIENCIA ENERGÉTICA</b>	
	13 Servicio de asesoría de mejora de eficiencia energética del comercio urbano	4.e
	14 Formación y sensibilización a comercios ejes prioritarios mejora de eficiencia energética	4.e
<b>E4 DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL</b>		
<b>A9</b>	<b>CAMPAÑAS PROMOCIÓN ZONAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD</b>	
	15 Actividades de Animación y Promoción en Campaña Navidad	2.c y 7.d
<b>A10</b>	<b>ACTIVIDADES DINAMIZACIÓN ZONAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD</b>	
	16 Día del Libro y la Flor	7.d
	17 Mercado Medieval	7.d
	18 Semana del Producto Local	7.d
	19 Feria de Navidad	7.d
<b>A11</b>	<b>COMUNICACIÓN</b>	
	20 Campañas Comunicación y Sensibilización Apoyo al Comercio Local - Zonas Alta densidad	2.c y 7.d
<b>E5 URBANISMO COMERCIAL</b>		
<b>A12</b>	<b>CONSOLIDACIÓN EJES COMERCIALES AREAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD</b>	
	21 Inversión nuevos usos locales vacíos de propiedad municipal (aparcabicis, consignas,..)	3.e, 4.e y 7.d
	22 Embellecimiento y ornato de locales vacíos de ejes comerciales prioritarios	3.e y 7.d
<b>A13</b>	<b>MEJORA ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD</b>	
	23 Reurbanización / ensanchamiento aceras y mejora accesos ejes comerciales urbanos	3.e y 7.d
	24 Inversiones mejora de accesibilidad universal: señalética comercial digital accesible	2.a y 7.c
<b>A14</b>	<b>MEDIDAS DE DISEÑO Y EMBELLECIMIENTO URBANO</b>	
	25 Inversión para elementos de Ornamentación urbana en ejes comerciales alta densidad	7.d
	26 Mobiliario urbano y otras acciones embellecimiento ejes comerciales alta densidad	7.d

4. Impacto generado por el proyecto:

- i) Número de comercios beneficiados y porcentaje sobre el tejido comercial del municipio (efecto previsto)

Pamplona cuenta con un total de **2.370** actividades de comercio al por menor, repartido en trece barrios.

Barrios de PAMPLONA	IAE Comercio al por menor				Habitantes	DENSIDAD	DOTACION
	Nº IAE COM	M2 ACT COM	% SUP s/Tot	%Nºs/Tot	2021	COMERCIAL	COMERCIAL
AZPILAGAÑA	60	12.154	3%	3%	7.429	1.636	8,08
BUZTINTXURI	28	9.613	2%	1%	9.053	1.062	3,09
CASCO VIEJO	384	40.208	10%	16%	11.541	3.484	33,27
CHANTREA	119	14.987	4%	5%	19.511	768	6,10
ENSANCHES	603	155.914	38%	25%	24.496	6.365	24,62
ERMITAGAÑA-MENDEBALDEA	178	22.235	5%	8%	16.976	1.310	10,49
ETXABAKOITZ	41	7.422	2%	2%	5.363	1.384	7,64
ITURRAMA	262	34.523	8%	11%	23.025	1.499	11,38
MENDILLORRI	60	8.504	2%	3%	13.737	619	4,37
MILAGROSA	103	16.709	4%	4%	17.745	942	5,80
ROCHAPEA	192	29.370	7%	8%	26.651	1.102	7,20
SAN JORGE	86	22.074	5%	4%	12.273	1.799	7,01
SAN JUAN	254	33.821	8%	11%	20.014	1.690	12,69
<b>TOTAL PAMPLONA</b>	<b>2.370</b>	<b>407.534</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>207.814</b>	<b>1.961</b>	<b>11,40</b>
Datos IAE Mayo 2021						M2 por cada 1000 hab	Nº com por 1000 hab

Fuente: Elaboración propia partiendo de datos Altas IAE Mayo 2021 Sistema de Información Geográfica "GeoPamplona"

Nueve de los trece barrios de Pamplona cuentan con la existencia de una **asociación de comerciantes activa** y con presencia en la Mesa Técnica de Comercio, por lo que se consideran las **áreas comerciales urbanas** de la ciudad. El **comercio asociado** de Pamplona agrupa a cerca de **600** establecimientos minoristas (25% sobre el total actividades). No hay actualmente asociación en los barrios de Azpilagaña, Buztinchuri, Echavacoiz y Milagrosa.

Las actuaciones del presente plan se orientan especialmente a los **mercados municipales** y a las **áreas comerciales del Casco Antiguo y Ensanches**, ambas zonas son las de mayor densidad y dotación comercial de la ciudad, muy por encima del ratio medio de Pamplona en su conjunto, y suman casi la **mitad de la superficie comercial** de la ciudad (**48%**) además de ser el centro urbano geográfico.

Al mismo tiempo, dentro del resto de las zonas comerciales se han definido **ejes comerciales prioritarios** que tienen una **mayor densidad comercial** que el resto de calles de su entorno. Se consideran los ejes comerciales a proteger y reforzar para preservar y asegurar una **presencia equilibrada de comercio de proximidad en todos los barrios de la ciudad**. Por motivos de espacio, no se detallan todos los ejes comerciales preferentes, pero los datos correspondientes están disponibles en el citado PECP 2017 – 2021 y en la herramienta informática GeoPamplona disponible en abierto en la web municipal. <https://www.pamplona.es/la-ciudad/geopamplona>

Los mercados municipales de Pamplona cuentan con un total de 111 puestos (Mercado del Ensanche 60, Mercado de Santo Domingo 45, Mercado Ermitagaña 6 puestos y galería comercial de no alimentación).

ii) En la mejora de la accesibilidad y adecuación de las áreas o ejes comerciales colindantes.

#### Actuaciones dedicadas a los Mercados Municipales:

Con la reforma planteada en los locales exteriores del mercado que están vacantes se aprovecha para mejorar sus condiciones de **accesibilidad y la imagen estética** que aportan a las calles del entorno, que son ejes comerciales preferentes (C/Amaya). Asimismo, se propone la instalación de redes wifi y de señalética y pantallas digitales informativas en los edificios de los tres mercados municipales para asegurar una mejor **accesibilidad digital** tanto de clientes como de comerciantes que ocupan los puestos.

#### Actuaciones del Eje de Urbanismo Comercial

Dentro de este eje se contemplan varias acciones orientadas específicamente a la mejora de la movilidad y la **accesibilidad entendida en sentido integral**, es decir, en cuanto a los **desplazamientos y mejor acceso en transporte sostenible** (rebajes de aceras, aparcamientos bicis) como en cuanto a **reducir barreras sensoriales** y procurar áreas comerciales accesibles para todas las personas (señalética comercial con tecnologías digitales que la hacen accesible a personas con diversos tipos de discapacidad).

iii) En el grado de digitalización del sector comercial (efecto previsto)

La medida nº 10 denominada “Ampliación proyecto CORE” supone ampliar el **servicio de asesoría personalizada** a comercios para la **implementación de soluciones digitales** que mejoren su competitividad. El sistema de autodiagnóstico y elaboración de informes con itinerarios de mejora ya están disponibles (cuentan con financiación UE Interreg POCTEFA). En el año 2021, con la financiación POCTEFA, se van a realizar 50 asesoramientos o “**coaching digital**” a otros tantos comercios. Con fondos del Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia, se propone **ampliar la cifra de comercios** que reciban la asistencia personalizada o coaching digital y de este modo rentabilizar más los fondos europeos dando continuidad a los frutos del anterior proyecto.

Se solicita financiación para realizar **100** asesoramientos.

La **reforma del Mercado** del Ensanche incluye la **canalización de redes eléctricas y de datos** de manera ordenada en la infraestructura del edificio que permitirá un mejor funcionamiento y de estas redes y con mayor seguridad frente a incendios. Dejará mejor preparado al mercado para el esperado incremento de uso de tecnologías digitales en sus diferentes servicios.

Además, este plan incluye otras medidas orientadas a **mejorar las competencias digitales** de las pymes del sector y sus asociaciones empresariales:

- ✓ Incentivo al consumo mediante **bonos descuento** “*Pamplonup*” con un **sistema íntegramente digital** tanto en la gestión de solicitudes y sesiones de formación a participantes, como en el sistema de venta a consumidores finales y en la plataforma de software para la redención y justificación de bonos. Participan en la primera edición de 2021 más de 800 pymes de la ciudad siendo **590** de ellos comercio al por menor. Se realizará una segunda convocatoria en noviembre 2021 en la que se espera una participación similar. Se incluye en esta solicitud el gasto relativo al diseño y alquiler de plataforma de gestión y gastos de comunicación. No se incluye en esta solicitud el gasto destinado a los descuentos (subvención a pymes) al no ser subvencionable, pero para dar una idea de la dimensión del programa, indicar que se trata de una partida total anual de 1.200.000 € (200.000 bonos de 6€ que se traducen en 4 millones € en ventas)
- ✓ Desarrollo de **herramientas digitales** para generación automatizada de informes y obtención de **indicadores** del Observatorio de Comercio Urbano y formación a asociaciones.

<p>5. Fecha de inicio o fecha prevista</p> <p><u>Actuaciones ya iniciadas en el año 2021 para las que no se solicita subvención en 2021 al estar ya los gastos correspondientes finalizados antes de la fecha de final de solicitud:</u></p> <p>Medidas nº 16,17, 20, 23 del cuadro resumen.</p> <p><u>Actuaciones ya iniciadas en el año 2021 que finalizan después de la fecha final de solicitud:</u></p> <p>Medida nº 1: Plan de Marketing de los Mercados Municipales (acciones oct-dic 2021)</p> <p>Medida nº 5: Obras Reforma Mercado Ensanche. Inicio marzo 2021</p> <p>Medida nº 7: Obras Adecuación Locales Exteriores Mercado Ensanche. Inicio agosto 2021</p> <p>Medida nº 8: Sistema Digital Bonos Descuento "Pamplonup". Inicio abril 2021</p> <p>Medida nº 10: Asesoría Digitalización Comercios. Inicio enero 2021</p> <p>Medida nº 15: Actividades Animación y Promoción Navidad. Inicio julio 2021</p> <p>Medida nº 18: Semana Producto Local (promoción Km0). Inicio septiembre 2021</p> <p>Medida nº 19: Feria de Navidad. Inicio agosto 2021</p> <p>En algunas de estas no se realizan gastos dentro del año 2021 que sean subvencionables en el marco de esta convocatoria, pero se trata de medidas iniciadas y por tanto estarán en funcionamiento antes en el año 2022.</p> <p><u>Actuaciones que se comenzarán en 2022:</u></p> <p>Medidas nº 2,3,4,9, 11,12,13,14,16, 21,22,24,25 y 26 del cuadro resumen.</p> <p>12 medidas iniciadas en 2021 y 14 comenzarán en 2022</p>
<p>6. Fecha finalización prevista</p>
<p>31 diciembre 2022</p>

## 7. Presupuesto de inversión total.

		TOTAL	SIN IVA
<b>E1</b>	<b>MERCADOS MUNICIPALES</b>	<b>2.052.585,00 €</b>	<b>1.696.351,24 €</b>
A1	DIGITALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN MERCADOS	124.863,00 €	103.192,56 €
A2	ADAPTACION AL CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR EN MERCADOS	1.852.722,00 €	1.531.175,21 €
A3	MEDIDAS DE DISEÑO Y EMBELLECIMIENTO URBANO	75.000,00 €	61.983,47 €
<b>E2</b>	<b>DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD</b>	<b>150.000,00 €</b>	<b>123.966,94 €</b>
A4	INCENTIVO AL CONSUMO EN NEGOCIOS LOCALES AREAS COMERCIALES URBANAS	95.000,00 €	78.512,40 €
A5	INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD COMERCIO URBANO EJES PRIORITARIOS	40.000,00 €	33.057,85 €
A6	MEJORA DEL MIX COMERCIAL EJES PRIORIT. AREAS COMERCIALES URBANAS	15.000,00 €	12.396,69 €
<b>E3</b>	<b>TRANSICIÓN ENERGÉTICA Y SOSTENIBILIDAD</b>	<b>25.000,00 €</b>	<b>20.661,16 €</b>
A7	ADAPTACION AL CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR	5.000,00 €	4.132,23 €
A8	MEJORA DE EFICIENCIA ENERGÉTICA	20.000,00 €	16.528,93 €
<b>E4</b>	<b>DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL</b>	<b>205.000,00 €</b>	<b>169.421,49 €</b>
A9	CAMPAÑAS PROMOCIÓN ZONAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD	100.000,00 €	82.644,63 €
A10	ACTIVIDADES DINAMIZACIÓN ZONAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD	55.000,00 €	45.454,55 €
A11	COMUNICACIÓN	50.000,00 €	41.322,31 €
<b>E5</b>	<b>URBANISMO COMERCIAL</b>	<b>455.000,00 €</b>	<b>376.033,06 €</b>
A12	CONSOLIDACIÓN EJES COMERCIALES AREAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD	90.000,00 €	74.380,17 €
A13	MEJORA ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD	240.000,00 €	198.347,11 €
A14	MEDIDAS DE DISEÑO Y EMBELLECIMIENTO URBANO	125.000,00 €	103.305,79 €
	<b>TOTAL</b>	<b>2.887.585,00 €</b>	<b>2.386.433,88 €</b>

## 8. Presupuesto de inversión en la anualidad en curso

		2021	2021
		IVA Incluido	SIN IVA
<b>E1</b>	<b>MERCADOS MUNICIPALES</b>	<b>1.321.722,00 €</b>	<b>1.092.332,23 €</b>
A1	DIGITALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN MERCADOS	5.000,00 €	4.132,23 €
A2	ADAPTACION AL CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR EN MERCADOS	1.316.722,00 €	1.088.200,00 €
A3	MEDIDAS DE DISEÑO Y EMBELLECIMIENTO URBANO	- €	- €
<b>E2</b>	<b>DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD</b>	<b>65.000,00 €</b>	<b>53.719,01 €</b>
A4	INCENTIVO AL CONSUMO EN NEGOCIOS LOCALES AREAS COMERCIALES URBANAS	65.000,00 €	53.719,01 €
A5	INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD COMERCIO URBANO EJES PRIORITARIOS	- €	- €
A6	MEJORA DEL MIX COMERCIAL EJES PRIORIT. AREAS COMERCIALES URBANAS	- €	- €
<b>E3</b>	<b>TRANSICIÓN ENERGÉTICA Y SOSTENIBILIDAD</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>
A7	ADAPTACION AL CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR	- €	- €
A8	MEJORA DE EFICIENCIA ENERGÉTICA	- €	- €
<b>E4</b>	<b>DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL</b>	<b>57.000,00 €</b>	<b>47.107,44 €</b>
A9	CAMPAÑAS PROMOCIÓN ZONAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD	50.000,00 €	41.322,31 €
A10	ACTIVIDADES DINAMIZACIÓN ZONAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD	7.000,00 €	5.785,12 €
A11	COMUNICACIÓN	- €	- €
<b>E5</b>	<b>URBANISMO COMERCIAL</b>	<b>- €</b>	<b>- €</b>
A12	CONSOLIDACIÓN EJES COMERCIALES AREAS COMERCIALES ALTA DENSIDAD	- €	- €
A13	MEJORA ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD	- €	- €
A14	MEDIDAS DE DISEÑO Y EMBELLECIMIENTO URBANO	- €	- €
	<b>TOTAL</b>	<b>1.443.722,00 €</b>	<b>1.193.158,68 €</b>



9. Fuentes de financiación.

**Financiación Municipal:**

El Ayuntamiento de Pamplona se compromete a una financiación del 10% de la cantidad total sin IVA indicada que asciende a 2.386.433,88 € por lo que el 10% de aportación municipal es de 238.643,39 € y el IVA de todas las cantidades.

**PARTE 2: JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

**El objetivo de esta parte es justificar la idoneidad del proyecto.**

1. Antecedentes

En el año 2016 se contrató la realización del **Plan Estratégico de Comercio de Pamplona 2017-2021** (en adelante PECP). Si bien su nomenclatura indica su inicio en el 2017, se comenzó con su puesta en marcha efectiva en el segundo semestre del 2018. Este plan ofrecía un análisis diagnóstico muy detallado sobre el sector comercial de Pamplona incluyendo estudios de oferta y demanda comercial con datos de campo de 2016.

A lo largo del año 2019 y 2020, el Ayuntamiento de Pamplona ha avanzado en el diseño y redacción de la **Agenda Urbana de Pamplona – Estrategia 2030** (AU2030) y en la **Estrategia de Transición Energética y Cambio Climático de Pamplona 2030** (ETECCP2030), ambas aprobadas en el Pleno Municipal por unanimidad, definiendo en estos documentos los grandes objetivos y estrategias para la ciudad en la próxima década. En esta reflexión estratégica, el **comercio de proximidad juega un papel central** como no podría ser de otro modo, para avanzar en un desarrollo sostenible, inclusivo y cohesionado de la ciudad de Pamplona.

Además, la llegada de la pandemia **COVID**, ha provocado un **escenario obviamente distinto** al contemplado en el año 2017. Si bien muchas de las reflexiones y propuestas del citado **PECP** siguen siendo válidas, es necesario **modificar** este plan, y **actualizarlo** considerando la **era post COVID** y las estrategias de la **Agenda Urbana 2030** y de la **ETECCP2030**.

El área de Comercio y Turismo ha definido con medios propios las líneas generales de un **Plan de Actuación Comercial** para el Apoyo al Comercio de Pamplona con un horizonte temporal de 2 – 3 años y condicionado a la disponibilidad presupuestaria del área. El **enfoque global** para este plan y la **definición de principales objetivos y líneas de actuación** se ha contrastado y **consensuado** con las asociaciones de comerciantes en el marco de la **Mesa Técnica de Comercio**, foro consultivo en el que participan todas las asociaciones de comerciantes de la ciudad. Por las extraordinarias circunstancias del año 2020 esta Mesa ha tenido una actividad mucho más intensa de lo habitual (reuniones semanales virtuales desde marzo 2020 hasta mayo 2021 y posteriormente quincenales) y el contacto e información con el comercio organizado ha sido prácticamente continuo.

El plan de trabajo que se presenta a esta solicitud se basa en este Plan de Actuación global, **seleccionando** aquellas **líneas de actuación** y medidas concretas que se consideran **más ajustadas a los requisitos y prioridades de la convocatoria** pero que al mismo tiempo son necesidades ya detectadas y priorizadas previamente. Hay otras líneas de actuación que son importantes en el plan global de trabajo del área (tales como la gobernanza, el apoyo a la creación de Áreas de Promoción Económica previstas en proyecto de Ley Foral inspiradas en la figura de los “BIDs”) pero que no se han incluido por tratarse de gastos no subvencionables.

## 2. Justificación del proyecto/actuación

En cuanto al Eje 1: Los mercados de abastos son un formato comercial esencial en las ciudades españolas ya que ofrecen un punto central de abastecimiento de alimentos frescos y de calidad a la población, y generan una atracción comercial a la zona donde se ubican beneficiando de este modo a los comercios y negocios cercanos. El **Mercado del Ensanche** de Pamplona es de los tres mercados municipales, el de **mayor tamaño y de mayor afluencia de clientes** de la ciudad y se sitúa en una de las dos zonas comerciales de mayor peso comercial. La actuación de reforma en el Mercado del Ensanche resulta urgente y necesaria para **mejorar el sistema de climatización** paliando los efectos del cambio climático y mejorar la **eficiencia energética** del edificio, mejorar el funcionamiento de espacios estructurales del edificio (cubiertas, bajantes, pavimentos) y facilitar una **mejor gestión de los residuos** generados en el mercado y mejorar el estado general estético del edificio y sus puestos. Las obras de adecuación de los **locales exteriores** que están vacíos son necesarias para **paliar deficiencias estructurales** motivadas por el paso de los años (bajantes, pavimentos y otros elementos de los locales deteriorados) y para **mejorar su estética exterior** aumentando así su potencial para ser ocupados con actividad comercial y beneficiando al conjunto de negocios cercanos con esta mejor imagen.

Se proponen además inversiones para adecuar el Mercado a los **nuevos sistemas de venta** (sistemas de “delivery” o de recogida y entrega de pedidos telemáticos) y para mejorar la **accesibilidad digital** del mercado orientada a clientes y comerciantes de los puestos.

En cuanto al resto de los ejes, se trata de un enfoque global e integral, definiendo las principales estrategias a seguir para afrontar los **retos** a los que se enfrenta el **comercio urbano** y asegurar la permanencia de una **oferta comercial sólida** en las áreas comerciales centrales de la ciudad (Casco Antiguo y Ensanches, consideradas los “centros comerciales urbanos” de Pamplona) para que Pamplona siga **ejerciendo su papel de cabecera comercial** principal de Navarra, así como **proteger** y reforzar los **ejes comerciales preferentes** de cada zona comercial urbana para asegurar una **presencia equilibrada de comercio de proximidad** en la ciudad que aporte **empleo y riqueza local** y cohesión social.

El sector comercial de Pamplona se enfrenta, desde hace ya años y al igual que el comercio minorista del resto de España y Europa a exigentes retos ya descritos con detalle en la exposición de motivos de la convocatoria: incremento de la competencia con nuevos formatos comerciales, auge del comercio on line, escaso nivel de digitalización, dificultades de accesibilidad al centro urbano, escaso relevo generacional, pérdida de atractivo para los consumidores jóvenes, cambios en los hábitos de consumo reduciendo el gasto comercializable en negocios locales, todo ello agravado por la crisis COVID.

Los datos reflejan que Pamplona no ha sido ajena a estos retos y se ha producido una preocupante y paulatina pérdida de actividades comerciales en la ciudad, con la consiguiente pérdida de empleos y riqueza local. El incremento de locales vacíos de planta baja ha sido también acusado y ello provoca un deterioro de la imagen de las calles y del comercio urbano en general, y reduce el nivel de servicio y de seguridad de las calles afectadas.

El comercio urbano de proximidad es una pieza clave para la cohesión social de los barrios y el mantenimiento de unos niveles adecuados de dotación y densidad comercial de manera equilibrada y repartida por los distintos barrios de Pamplona es esencial para asegurar el deseado desarrollo sostenible al que se aspira en la Agenda Urbana 2030.

**Reducción del número de comercios en activo: Un 22% menos en una década**

**Reducción de la superficie de comercio al por menor: un 31% menos en una década**

Datos de Altas IAE en planta baja con superficie de al menos 10m<sup>2</sup>.

EVOLUCIÓN 2011-2021	TOTAL ALTAS IAE		Dif 2011-2021		TOTAL m <sup>2</sup>		Dif 2011-2021	
	2011	2021	Dif.Nº	Dif.%	2011	2021	Dif.M2	Dif.%
GRUPO ACTIVIDAD								
COM MAY ALIMENTACIÓN BEBIDAS Y TABACO	52	37	-15	-29%	25.882	19.111	-6.771	-26%
COM MAY ARTÍCULOS DURADEROS	40	32	-8	-20%	18.570	20.801	2.231	12%
COM MAY DROGUERÍA_PERFUMERÍA_FARMACIA	21	29	8	38%	5.332	5.127	-205	-4%
COM MAY EQUIPAMIENTO PERSONAL	15	7	-8	-53%	6.544	1.262	-5.282	-81%
COM MAY OTROS	101	65	-36	-36%	111.609	92.389	-19.220	-17%
COM MEN ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO	921	823	-98	-11%	118.234	115.447	-2.787	-2%
COM MEN DROGUERÍA_PERFUMERÍA_FARMACIA_HERBOLARIO	336	299	-37	-11%	35.576	33.346	-2.230	-6%
COM MEN EQUIPAMIENTO DEL HOGAR	400	279	-121	-30%	74.457	50.960	-23.497	-32%
COM MEN EQUIPAMIENTO PERSONAL	660	447	-213	-32%	92.848	64.926	-27.922	-30%
COM MEN OTROS	729	522	-207	-28%	267.126	142.855	-124.271	-47%
OTROS	328	245	-83	-25%	715.202	345.723	-369.479	-52%
PROFESIONALES	430	476	46	11%	22.424	24.358	1.934	9%
SERV BARES, RESTAURANTES Y HOSPEDAJE	1.116	2.322	1.206	108%	227.327	1.500.297	1.272.970	560%
SERVICIOS	2.319	1.069	-1250	-54%	1.877.551	216.547	-1.661.004	-88%
<b>TOTAL</b>	<b>7.468</b>	<b>8.673</b>	<b>1205</b>	<b>16%</b>	<b>3.598.682</b>	<b>2.633.149</b>	<b>-965.533</b>	<b>-27%</b>
SOLO IAE COMERCIO AL POR MENOR	<b>3.046</b>	<b>2.370</b>	<b>-676</b>	<b>-22%</b>	<b>588.241</b>	<b>407.534</b>	<b>-180.707</b>	<b>-31%</b>
Fuente: Elaboración propia con datos IAE								
Sistema de Información Geográfica Geopamplona								
Altas IAE activas en planta baja con más de 10m2								

### Incremento de locales vacíos:

El número de locales vacíos en planta baja se ha incrementado en la última década de manera significativa en casi todos los barrios de Pamplona, subiendo de 1.634 locales en 2011 a 1.910 locales vacíos en planta baja en 2021, un **17%** más.

Evolución Locales Vacíos (planta baja) 2011 - 2021								
	Año 2011	Año 2011	Año 2021	Año 2021	Variación 2011 - 2021			
	Total locales no activos planta baja	Total superficie no activa planta baja (m2)	Total locales no activos planta baja	Total superficie no activa planta baja (m2)	Total Variac. Locales Vacíos	Dif%	Total Variac. Superficie vacía	Dif%
AZPILAGAÑA	64	9.245	72	11.821	8	13%	2.576	28%
BUZTINCHURI	22	2.396	39	28.056	17	77%	25.660	1071%
CASCO VIEJO	219	33.163	241	53.848	22	10%	20.685	62%
CHANTREA	155	11.783	173	19.425	18	12%	7.642	65%
ENSANCHE	176	32.382	312	80.651	136	77%	48.269	149%
ERMITAGAÑA	82	10.896	88	17.780	6	7%	6.884	63%
ECHAVACOIZ	45	5.283	52	12.895	7	16%	7.612	144%
ITURRAMA	188	20.394	186	22.414	-2	-1%	2.020	10%
MENDILLORRI	56	4.469	43	7.234	-13	-23%	2.765	62%
MILAGROSA	195	34.644	202	53.588	7	4%	18.944	55%
ROCHAPEA	191	35.489	249	74.974	58	30%	39.485	111%
SAN JORGE	60	7.422	88	46.428	28	47%	39.006	526%
SAN JUAN	181	27.091	165	23.277	-16	-9%	-3.814	-14%
<b>PAMPLONA</b>	<b>1.634</b>	<b>234.657</b>	<b>1.910</b>	<b>452.391</b>	<b>276</b>	<b>17%</b>	<b>217.734</b>	<b>93%</b>

Datos de locales vacíos en planta baja con más de 10m2 de superficie comercial.

Fuente: Elaboración propia IAE. GeoPamplona. Enero 2011 y Enero 2021

El problema de locales vacíos en planta baja afecta a todos los barrios de la ciudad, si bien, esta situación es especialmente preocupante en los barrios más periféricos y en los que cuentan con menor población o con una población más envejecida. Es importante actuar tanto en las zonas de mayor densidad comercial como en los **ejes comerciales preferentes** de cada zona para mantener en lo posible un “núcleo duro” de comercio en cada barrio y así contar con una **oferta comercial equilibrada** o al menos mínima que **reduzca al máximo los desplazamientos en vehículos** por motivo de compras cotidianas.

El diagnóstico-realizado en el PECP también arroja conclusiones preocupantes en cuanto a las posibilidades de relevo generacional y grado de digitalización y formación del sector comercial. A pesar de este deterioro, las actividades del **comercio minorista** siguen suponiendo un **35%** del total de actividades económicas en planta baja de Pamplona. Es un sector con un **alto porcentaje de empleo femenino** (el **74%** de las personas **empleadas** en comercio al por menor en Pamplona en 2017 son **mujeres** y el 81% de las personas desempleadas provenientes del sector comercial son mujeres), por lo que un apoyo decidido a este sector resulta ser una política activa de igualdad de oportunidades.

Esto, unido al **papel vertebrador** que tiene el comercio para mantener un adecuado nivel de servicios y de cohesión social, justifican plenamente un plan de apoyo al comercio sólido y contundente para los próximos años.

Resumen de retos o problemas a resolver:

- Reducción acusada de comercios en activo e incremento de locales vacíos
- Comercios poco rentables por deterioro de su competitividad
- Comercios poco eficientes por escasa digitalización y profesionalización
- Pérdida de clientes frente a otros formatos, especialmente en el segmento joven
- Reducción del consumo en los negocios locales, pérdida de gasto comercializable
- Estética deteriorada u obsoleta en algunos espacios urbanos
- Dificultades o espacios mejorables en cuanto a accesibilidad y movilidad
- Bajo grado de asociacionismo

Resumen de beneficios a conseguir:

- Sensibilizar a la población local en favor del comercio urbano e incrementar consumo
- Mejorar la competitividad del comercio urbano a través de la digitalización
- Facilitar la transición energética del comercio, colaborando en la reducción de sus costes y en su adaptación para los retos climáticos de las próximas décadas
- Fomentar la economía circular y la reducción de consumo de recursos y generación de residuos
- Mejorar la accesibilidad, movilidad y estética de las zonas urbanas comerciales de manera que sean atractivas para captar y retener clientes tanto residentes como visitantes
- Frenar la destrucción de comercios y el incremento de locales vacíos
- Facilitar nuevos usos para locales vacíos evitando la pérdida de valor de espacios urbanos

3. Objetivo/s general/es

1. Mantener y reforzar la cifra de negocios de comercio al por menor en Pamplona: retener e incrementar empleos y riqueza local.
2. Incrementar el atractivo comercial de Pamplona: retener e incrementar consumo y mejorar la imagen de la ciudad.
3. Asegurar un modelo comercial de proximidad que reduzca desplazamientos: ofrecer servicio de calidad de manera sostenible.

4. Objetivo/s específico/s

- ✓ Ofrecer al comercio programas y herramientas que mejoren sus destrezas digitales y le permitan incorporar tecnologías en la gestión de sus negocios.
- ✓ Incrementar la presencia de herramientas digitales en la relación con el sector comercial y en los espacios comerciales
- ✓ Ofrecer al comercio formación y servicios que le faciliten conocer e incorporar a sus negocios métodos para reducir su huella medioambiental, reduciendo sus consumos y residuos, reduciendo así sus costes y mejorando sus resultados económicos.
- ✓ Incentivar entre la población el consumo en comercios locales, manteniendo la cifra de negocios activos protegiendo empleo y en especial empleo femenino.

- ✓ Asegurar una adecuada accesibilidad, movilidad y estética en los principales ejes comerciales urbanos ofreciendo espacios amables y atractivos para las personas compradoras
- ✓ Generar eventos y actividades de animación para captar y retener visitas de potenciales personas compradoras de todos los segmentos de edad tanto residentes de Pamplona como del resto de Navarra

5. Grado de alineación de la propuesta con el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la UE y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España.

Las líneas de actuación y medidas planteadas en este plan “Pamplona Puede” están alineados con el PRTRE del siguiente modo:

Palanca 1. Componente 1: Plan de choque de movilidad sostenible, segura y conectada en entornos urbanos y metropolitanos: las medidas del eje de urbanismo comercial en lo relativo a adecuar espacios urbanos para una mejor accesibilidad y fomento del uso de la bicicleta (uso de locales vacíos para aparcamientos seguros de bicis).

Palanca 2. Componente 6. Movilidad sostenible, segura y conectada: el fomento de los ejes comerciales prioritarios en cada barrio afianza las compras de proximidad y contribuye a reducir desplazamientos en vehículo privado en la ciudad.

Palanca 3. Componente 7. Despliegue e integración de energías renovables: las medidas propuestas para la formación, sensibilización y asesoría para la mejora de eficiencia energética de las pymes de las zonas urbanas comerciales contribuyen a un uso más eficiente de la energía y a una reducción de consumos de combustibles contaminantes.

Palanca 5. Componente 13. Impulso a la pyme y Componente 15 Conectividad Digital, impulso de la ciberseguridad y despliegue del 5G: la mayor parte de medidas propuestas en este plan conducen al objetivo global de mejora de la competitividad de las pymes del comercio y hay varias medidas específicas para mejorar las destrezas digitales del sector y para su mejor conexión (implantación puntos wifi) y utilización (señalética digital).

6. Grado de alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El Ayuntamiento de Pamplona ha aprobado una **estrategia de ciudad con el horizonte del 2030** alineada con la Agenda Urbana Europea y Española, y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas. La denominada Estrategia 2030 busca avanzar en el desarrollo de un **modelo de ciudad más sostenible, innovador e inclusivo**.

**ODS5 Igualdad de Género:** al fomentar el incremento de comercios se facilita y mejora el **acceso de las mujeres al empleo** y recursos económicos y al ofrecer asesoramiento y formación en digitalización y otras tendencias del mercado (eficiencia energética) se promueve su **empoderamiento** y capacitación e igualdad de oportunidades.

**ODS7 Energía Asequible y No Contaminante:** las actuaciones en el mercado conducen a un uso más eficiente de la energía en un edificio comercial amplio y relevante en la ciudad. Las actuaciones orientadas a sensibilizar y formar a comercios en un **uso más eficiente de la energía**, reducirá sus **consumos** y costes y frenará el uso de combustibles contaminantes.

**ODS8 Trabajo Decente y Crecimiento Económico:** al incluir actuaciones de mejora de la competitividad se asegura la mejor rentabilidad y **supervivencia** de los comercios, manteniendo **empleo** localizado y fomentando el crecimiento de pymes y micropymes que aportan **riqueza local**.

**ODS10 Reducción de las Desigualdades:** al asegurar una adecuada presencia de comercio de proximidad en las distintas áreas urbanas se garantiza un **acceso** a estos **servicios de abastecimiento** de manera general a todas las personas de la ciudad independientemente de sexo, edad, discapacidad u otras condiciones como sus medios para desplazarse o de su destreza digital.

**ODS11 Ciudades y Comunidades Sostenibles:** el apoyo a los mercados y a los comercios de zonas urbanas garantiza el acceso a servicios básicos de una manera asequible, accesible y sostenible a todas las personas. El diseño de medidas de urbanismo comercial proporciona un **entorno urbano amable, seguro, inclusivo y accesible**. El diseño de medidas para reducir el impacto ambiental negativo que contiene el plan contribuye a conseguir un entorno urbano con mejor **calidad medioambiental** y sostenible.

**ODS12 Producción y Consumo Responsable:** las medidas de formación y sensibilización para reducir los consumos y la generación de residuos o para una mayor eficiencia energética en sus negocios, contribuyen a que una proporción importante de las pymes de la ciudad puedan tener conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y puedan adoptar prácticas sostenibles en su actividad empresarial. Las campañas de apoyo y fomento del consumo en el comercio local contribuyen a un consumo más responsable y sostenible ya que reduce los desplazamientos y genera menos residuos y externalidades medioambientales frente a otros formatos comerciales.

**ODS13 Acción por el Clima:** con la reforma del mercado del Ensanche se adecua un edificio comercial relevante en la ciudad para resistir mejor y combatir los riesgos relacionados con el cambio climático.

7. Capacidad del proyecto de dinamizar, incorporar nuevas tecnologías, actualizar y enriquecer la oferta comercial del municipio, así como de revitalizar la actividad comercial en zonas que hayan sufrido un importante descenso de la misma.

El proyecto de mejora de la climatización y mejoras estructurales en el edificio del Mercado y en los locales exteriores colindantes va a ofrecer un espacio más agradable y funcional para clientes y personas vendedoras, captando y asegurando la compra cotidiana de producto fresco de una cuota más amplia de clientes de la zona del Ensanche, el segundo barrio más poblado de la ciudad y el que cuenta con una mayor densidad comercial. El mercado es una de las locomotoras comerciales de este barrio, si no la más, y proteger este espacio supone afianzar su oferta comercial de manera global.

Se incluyen asimismo varias medidas para intensificar y visibilizar el uso de las nuevas tecnologías en este mercado y los otros dos restantes: implantación de red wifi y señalética informativa digital.

En cuanto al resto de medidas propuestas, como ya se ha indicado, se han diseñado con un enfoque global considerando precisamente la necesidad de impulsar y dinamizar la actividad comercial de las zonas más activas (Casco Antiguo y Ensanche) y de los ejes preferentes de cada barrio como una manera de apuntalar los espacios que pueden ser considerados como “centros comerciales urbanos” y retener así la clientela residente en Pamplona (compras cotidianas en los barrios) y también mantener el papel de cabecera comercial de la comarca para compras ocasionales.

Para ello se han combinado actuaciones por un lado orientadas a la gestión interna de las pymes del sector para una mejor competitividad, digitalización y profesionalización o su mayor adaptación a las actuales tendencias del escenario social y económico (eje 2 de desarrollo económico y competitividad y eje 3 de transición energética y sostenibilidad) y por otro lado actuaciones más orientadas a la ciudadanía para que le resulte más atractivo y accesible el entorno urbano como espacio para sus compras tanto desde un punto de vista físico (eje 5 urbanismo comercial) como desde un punto de vista más conceptual y de satisfacción de sus necesidades comerciales (eje 4 de dinamización y promoción comercial).

Hay varias medidas orientadas a mejorar las destrezas digitales, pero destaca especialmente la medida nº 10, que facilitará un servicio de asesoría personalizada para la digitalización de comercios aportando un diagnóstico y un itinerario claro de herramientas a incorporar.

Todas las acciones de promoción, dinamización y comunicación son un complemento importante para captar la atención de las personas potencialmente compradoras, y fomentar un incremento de su gasto comercializable en el comercio local, especialmente del segmento de población joven en el que se observa un preocupante desapego a las compras físicas en el comercio urbano.

#### 8. Capacidad del proyecto para innovar y mejorar la productividad del sector

Las medidas incluidas en el eje 3 de transición energética y sostenibilidad para facilitar un mejor uso de los recursos energéticos y para reducir la generación de residuos redundará en una mejor estructura de costes de los comercios participantes y por ende una mejor productividad. En cuanto a la innovación, la campaña de bonos descuento digitales “Pamplonup” iniciada en 2020 y que va a tener dos ediciones en 2021 (una ya finalizada en mayo y otra que comenzará en noviembre) ha supuesto un punto de inflexión en el comercio de la ciudad en la manera de relacionarse con el Ayuntamiento y en cuanto al uso de medios digitales en todo el proceso.

Por primera vez se ha diseñado un sistema digital para canalizar una subvención individualizada de forma masiva a comercios. Gracias a organizar todo el sistema con medios on line, se ha podido canalizar una partida de gran volumen a una cifra muy alta de negocios locales y con pagos muy ágiles. Los gastos incluidos en esta solicitud se limitan al diseño y alquiler de software para la redención y justificación de bonos digitales por parte de los comercios participantes y el gasto de comunicación on y off line (medida 8). Tanto la subvención (bonos) como el sistema de gestión de expediente electrónico se asume con medios propios al no ser subvencionable.

Al ser la venta de bonos en formato digital on line, esta campaña está resultando ser un gran apoyo para captar o recuperar clientela más joven, y por ello se quiere continuar en esta línea de promoción e incentivo al consumo en negocios locales con apoyo de sistemas digitales (medida 9)

#### 9. Capacidad del proyecto para mejorar la calidad ambiental, la eficiencia energética y la economía circular

La reforma planteada para el mercado del Ensanche tiene como objetivo principal conseguir una mejor climatización del edificio del mercado, unas mejores condiciones de estancia en términos de temperatura y grado de humedad y preparar la infraestructura del edificio (cubierta, pavimentos, bajantes) para conseguir una mayor eficiencia energética y mejor funcionamiento de los suministros. También se incluye en la reforma la reorganización de espacios y la inversión en maquinaria para una mejor gestión de los residuos generados en el mercado.



Las medidas incluidas en el eje 3 de transición energética y sostenibilidad para formar y sensibilizar a los comercios de las zonas urbanas comerciales para un mejor uso de los recursos energéticos y para reducir la generación de residuos contribuyen a la eficiencia energética global de la ciudad.

10. Capacidad de mejorar la experiencia de compra del usuario online y en el establecimiento físico.

Las inversiones planteadas en el eje 1 de Mercados Municipales para instalar redes wifi mejorará la conectividad digital de los comerciantes y de los usuarios físicos mejorando así su experiencia de compra. También la señalética y pantallas digitales propuesta aportará una mejor y más completa información mejorando la experiencia de compra.

La inversión planteada en el mercado del Ensanche para la instalación de equipamiento (consigna, espacio de almacenamiento refrigerado) permitirá ofrecer servicios de venta telemática (teléfono y online) y de recogida y/o entregas a domicilio y así ofrecer una mejor experiencia de compra on line y física.

Todas las medidas incluidas en el eje 4 de dinamización y promoción se entienden como actuaciones de “city marketing” que buscan hacer más atractiva la experiencia de visitas y compras a los espacios urbanos comerciales.

### PARTE 3: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1. Descripción completa del proyecto/actuación financiable.

#### **Eje 1 MERCADOS MUNICIPALES SOSTENIBLES**

##### **Actuación 1: Digitalización y Comunicación Mercados**

###### **M1: Plan de Marketing de los Mercados**

Acciones de publicidad y comunicación en soportes on line (web, redes sociales) para la promoción de los tres mercados municipales. Acciones de animación y sensibilización en los mercados para generar atracción de actuales y nuevos clientes. Agenda de actividades e hitos de comunicación anual.

###### **M2: Instalación de Punto de Entrega Inteligente Mercado Ensanche**

Punto en el interior del mercado que permitirá a repartidores y clientes, después de realizar la compra en sus puestos de confianza a través de diferentes canales on/offline, recibir un código de desbloqueo de un solo uso que, al introducirlo, abrirá el/los compartimentos que alberguen su compra en base a tres rangos de temperatura: ambiente, fresco y congelado, permitiendo su recogida 24/7/365.

###### **M3: Implantación de Redes WiFi en los mercados municipales**

Se ofrecerá este nuevo servicio a los clientes, mejorando la experiencia de compra, ganando y/o reteniendo clientes, redundando en incremento de compras y aumento del ticket medio. Mejor accesibilidad digital para los comerciantes de los puestos.

#### M4: Señalética y Pantallas digitales en los mercados municipales

Esta inversión permitirá generar soportes audiovisuales con contenidos actualizables y controlados de forma remota y centralizada, ahorrando costes de impresión en papel, captando la atención de los clientes en comparación con el cartel tradicional estático, a la vez que transmitiendo una imagen más moderna e impactante de los mercados y de la información facilitada en este soporte.

### **Actuación 2: Adaptación al Cambio Climático y Economía Circular Mercados**

#### M5: Obras de Reforma del Mercado del Ensanche para mejorar Climatización

Actuaciones destinadas a dar solución a las deficiencias funcionales existentes con el objetivo de mejorar la sostenibilidad, funcionalidad, accesibilidad, eficiencia energética de las instalaciones que permitirán lograr una regeneración integral del Mercado Municipal.

Las principales partidas de la primera fase reforma son:

- Aislamiento e impermeabilización de la cubierta central del mercado.
- Cambio de las carpinterías exteriores de la cubierta central del mercado.
- Rehabilitación del solado interior y pintura.
- Climatización general y particular del mercado
- Creación de nueva aula de cocina y despacho de gerencia.
- Reforma y ampliación de espacio de almacenaje de residuos, y creación de muelle de carga.
- Reforma del espacio de vestuarios de trabajadores y centralización de cuadros de mando.
- Reforma de los aseos.
- Repaso del saneamiento enterrado

Dada la dimensión de esta medida, se adjunta anexo con memoria técnica completa de la obra.

Las obras previstas en la segunda fase son: Suministro, colocación y puesta en marcha de la maquinaria de climatización: caldera, grupo de bombeo, enfriadoras, y climatizadores tanto del espacio general como del aula de cocina y despacho. Esta segunda fase ya estaba prevista y definida en el proyecto técnico inicial. Se adjunta informe resumen en los anexos.

#### M6: Formación y sensibilización puestos Mercados para reducción de residuos y consumos

Diseño de contenidos formativos y /o consejos de buenas prácticas y sesiones de formación y sensibilización para las personas empleadas y responsables de los puestos de los mercados para conseguir una reducción de consumos de suministros de agua y energía y de residuos generados en los mercados.

### **Actuación 3: Medidas de diseño y embellecimiento Mercados**

#### M7: Obras de adecentamiento locales exteriores Mercado Ensanche

Obras de reforma y acondicionamiento de 5 locales exteriores en las calles Amaya y Felipe Gorriti para fomentar su arrendamiento. Se realizarán mejoras estructurales para mejorar su funcionalidad, estética y accesibilidad en distinto grado según el estado de cada local. Reformas tales como repaso instalaciones eléctricas, bajantes y saneamiento aguas fecales, reparaciones de fachadas y rótulos, accesos a los locales, renovación de pavimentos, pintura, limpieza.

## **Eje 2 DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD**

### **Actuación 4: Incentivo al consumo en negocios locales áreas comerciales urbanas**

#### **M8: Sistema de Bonos Descuento Digitales “Pamplonup”**

Este sistema de bonos descuento “Pamplonup” se puso en marcha en 2020 para reactivar el consumo de las personas residentes en Pamplona y Navarra en los comercios de la ciudad. Se ponen a la venta bonos de valor facial de 20€ de los que 14€ paga la persona compradora y 6€ los paga el Ayuntamiento (subvención). En el año 2021 se ha contratado un nuevo diseño con prestaciones mejoradas de la plataforma de software para coordinar la redención de bonos en los comercios y su justificación mediante ticket de venta. Los comercios escanean el bono y suben una foto del ticket de venta mediante una app. Esta aplicación se comunica con un sistema CRM que permite a los técnicos municipales validar los bonos y tickets y gestionar la redención de bonos de manera masiva y ágil. Se incluye en esta solicitud la contratación de desarrollo y alquiler de software (app y web) así como las acciones de comunicación on line del sistema. No se incluyen las partidas de gasto de subvención a comercios.

El sistema “Pamplonup” se gestiona íntegramente de manera digital en todo su proceso (solicitud de participación, justificación de subvención, tramitación de expedientes de pagos masivos, formación a participantes, venta online de bonos digitales) y esto ha supuesto el primer acercamiento a la transformación digital de cientos de comercios de la ciudad.

#### **M9: Otras campañas y promociones de apoyo al consumo local**

Diseño de herramienta digital para canalizar promociones comerciales. Se pretende diseñar una nueva campaña que atraiga y retenga consumo a los comercios locales de ejes prioritarios utilizando herramientas digitales, que sustituya al sistema de los bonos descuento. Se trata de plantear incentivos (descuentos o regalos por compras) para que las personas compradoras recorran rutas comerciales (ejes comerciales) y acumulen premios en sus visitas y compras a las tiendas a modo de “Pasaporte comercial” en formato digital.

### **Actuación 5: Incremento de Competitividad Comercio Urbano Ejes Prioritarios**

#### **M10: Servicio de Asesoría a Comercios en Soluciones Digitales**

El Ayuntamiento de Pamplona ha participado en el proyecto “CORE POCTEFA” y cuenta con una herramienta de autodiagnóstico para medir el nivel de madurez digital de los comercios y en función de este nivel, se aporta de manera gratuita un itinerario de mejora para implantar las soluciones digitales que mejor se adapten a cada caso. Se van a realizar 50 asesoramientos individualizados o sesiones de “coaching digital” como acompañamiento para implantar las soluciones recomendadas. Dicho proyecto ha contado con financiación POCTEFA. Se propone con los fondos del Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia dar continuidad a los frutos del proyecto y poder ampliar la cifra de comercios asistidos con sesiones de “coaching” a 100 comercios adicionales.

### **Actuación 6: Mejora del Mix Comercial Ejes Prioritarios**

#### **M11: Herramienta digital para Informes de Observatorio Urbano Ejes Comerciales**

El Ayuntamiento de Pamplona cuenta con un sistema de información geográfico abierto basado en datos del Impuesto de Actividades Económicas, datos de Catastro y otras fuentes de datos geográficos. Este SIG llamado “GeoPamplona” ofrece datos e informes de alto interés como “inteligencia de mercado” para el comercio. Sin embargo, algunos indicadores o informes de interés para un correcto seguimiento del mix comercial de las zonas urbanas deben elaborarse de manera manual. Se incluye en esta solicitud la mejora de prestaciones de esta herramienta para contar con un cuadro de mando automatizado de indicadores comerciales y la formación de uso correspondiente para técnicos municipales y de asociaciones de comerciantes.

### **Eje 3 TRANSICIÓN ENERGÉTICA Y SOSTENIBILIDAD**

#### **Actuación 7: Adaptación al Cambio Climático y Economía Circular**

##### **M12: Formación y Sensibilización a comercios para reducción de consumos y residuos**

Diseño de contenidos formativos y /o consejos de buenas prácticas y sesiones de formación y sensibilización para las personas empleadas y responsables de los comercios de zonas comerciales de alta densidad para conseguir una reducción de residuos generados en los comercios.

#### **Actuación 8: Mejora de la Eficiencia Energética**

##### **M13: Servicio de asesoría de mejora de eficiencia energética del comercio urbano**

Diseño de un sistema de autodiagnóstico de situación de eficiencia energética en comercios urbanos con propuesta de itinerarios de mejora en función del diagnóstico. Aprovechar el know how adquirido en el proyecto CORE POCTEFA para definir una metodología y arquitectura de software similar pero en este caso orientado a recomendaciones en el ámbito de la eficiencia energética en lugar de la digitalización.

##### **M14: Formación y Sensibilización a comercios ejes prioritarios mejora de eficiencia energética**

Diseño de contenidos formativos y /o consejos de buenas prácticas y sesiones de formación y sensibilización para las personas empleadas y responsables de los comercios de zonas comerciales de alta densidad para conseguir mejoras de eficiencia energética en la gestión de sus negocios.

### **Eje 4 DINAMIZACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL**

#### **Actuación 9: Campañas Promoción Zonas Comerciales Alta Densidad**

##### **M15: Actividades de Animación y Promoción en Campaña Navidad**

Acciones de animación y promoción que atraigan a potenciales personas compradoras a las zonas comerciales de alta densidad y ejes comerciales prioritarios y captar y retener una cuota importante de su gasto comercializable. Ofrecer actividades que incrementen visitantes para paliar fugas de gasto a comercio online deslocalizado y a formatos comerciales de periferia.

#### **Actuación 10: Actividades Dinamización Zonas Comerciales Alta Densidad**

##### **M16: Día del Libro y la Flor**

Actividad de dinamización en la zona comercial central con motivo del día del Libro. Fomento del sector de librerías y comercio urbano de zona centro.

##### **M17: Mercado Medieval**

Actividad de dinamización en la zona comercial central con motivo de la celebración del "Privilegio de la Unión" efeméride local destacada en septiembre. Fomento del sector de artesanía local y producto de alimentación Km0.

##### **M18: Semana del Producto Local**

Actividad de dinamización en la zona comercial central para el fomento de alimentos artesanos, alimentos con denominación de origen y de agricultura ecológica local. Fomento del sector de artesanía, canal corto y producto de alimentación Km0.

#### M19: Feria de Navidad

Actividad de dinamización en la zona comercial central con motivo de las fiestas de Navidad para el fomento del sector de artesanía, canal corto y producto de alimentación Km0.

#### **Actuación 11: Comunicación**

#### M20: Campañas de Comunicación y Sensibilización Apoyo al Comercio Local- Zonas Alta Densidad

Diseño de contenidos de comunicación e inserciones en medios on y off line para la sensibilización de personas residentes en Pamplona y visitantes y de apoyo al comercio urbano de proximidad.

### **Eje 5 URBANISMO COMERCIAL**

#### **Actuación 12: Consolidación Ejes Comerciales Zonas Comerciales Alta Densidad**

#### M21: Inversión para posibilitar nuevos usos locales comerciales vacíos de propiedad municipal

Trabajos de adecuación de locales municipales en desuso situados en ejes comerciales prioritarios para posibilitar nuevos usos que potencien la imagen y atracción de esa calle comercial. Según el estado de cada local y sus dimensiones y ubicación, se prepararán para usos tales como aparcamiento seguro de bicicletas, consignas para recogida y entrega de pedidos on line o usos similares a definir según las necesidades del entorno.

#### M22: Embellecimiento y ornato de locales vacíos de ejes comerciales prioritarios

Diseño de solución decorativa o de intervención en escaparate y/o fachadas de locales vacíos ubicados en ejes comerciales preferentes para facilitar el mantenimiento de una imagen adecuada que no perjudique a los locales activos de su entorno. Soluciones tales como diseño de vinilos, murales trampantojos, o similar.

#### **Actuación 13: Mejora Accesibilidad y Movilidad**

#### M23: Reurbanización y/o ensanchamiento aceras y mejora de accesos en ejes comerciales urbanos

Actuaciones de conservación urbana para mejorar rebajes de aceras, mejorar la visibilidad y seguridad peatonal de cruces de calles, ensanchamiento o reurbanización de aceras en ejes comerciales prioritarios.

#### M24: Inversiones de mejora de la accesibilidad universal: señalética comercial digital accesible

Instalación de soluciones diversas de señalética informativa y comercial que permita ofrecer información agregada de la oferta comercial de cada zona o eje, ofrecer información promocional y con sistemas que hagan esta información accesible y de manera autónoma a todas las personas. Señalética comercial accesible e inclusiva.

#### **Actuación 14: Medidas de Diseño y Embellecimiento Urbano**

#### M25: Inversión en elementos de ornamentación urbana en ejes comerciales alta densidad

Adquisición de elementos decorativos y elementos de iluminación de interior y exterior para su instalación en vía pública en campañas comerciales destacadas en los ejes comerciales de alta densidad. Soportes para banderolas y señalética efímera en fachada, elementos de decoración luminosos, material decorativo diverso de vía pública.

#### M26: Mobiliario Urbano y otras acciones de embellecimiento ejes comerciales alta densidad

Adquisición de elementos de mobiliario urbano (bancos, papeleras, macetas) para su instalación en vía pública en los ejes comerciales de alta densidad. Actualización de luminarias de vía pública en ejes comerciales.

## 2. Cronograma de ejecución de actuaciones según el modelo indicado en el anexo II

EELL en la que se desarrolla la actuación: Ayuntamiento de PAMPLONA									
Nº	Categoría de Gasto*	Actuación	Conceptos de Gasto de cada actuación**	Fecha de Inicio (MM-AAAA)	Fecha de finalización (MM-AAAA)	Importe de la inversión prevista (Con IVA) (€)	IVA (€)	Importe de la inversión prevista (sin IVA) (€)	
1	Digital. y Otros Gastos	Plan de Marketing Mercados Municipales	2.c y 7.d	01/01/2021	31/12/2022	45.000,00 €	7.809,92 €	37.190,08 €	
2	Sostenibilidad y E. Circular	Inversión servicios delivery: Mercado del Ensanche	4.b	15/01/2022	01/09/2022	30.000,00 €	5.206,61 €	24.793,39 €	
3	Otros Gastos	Impantación de Redes WIFI en los Mercados Municipales	7.a	01/02/2022	01/07/2022	36.663,00 €	6.363,00 €	30.300,00 €	
4	Otros Gastos	Señalética y Pantallas digitales Mercados	7.c	01/02/2022	01/07/2022	13.200,00 €	2.290,91 €	10.909,09 €	
5	Transfor. Punto Venta	Obras Reforma del Mercado del Ensanche (Fases I y II)	3.e	15/03/2021	30/10/2021	1.849.722,00 €	321.026,13 €	1.528.695,87 €	
6	Sensibilización y Formación	Formación Mercados Reducción residuos y consumos	6.c	01/09/2022	01/11/2022	3.000,00 €	520,66 €	2.479,34 €	
7	Transfor. Punto Venta	Obras locales vacíos exteriores Mercado Ensanche	3.e	15/02/2020	31/10/2022	75.000,00 €	13.016,53 €	61.983,47 €	
8	Digitalización	Bonos Descuento Digitales Pamplonup	2.a	01/04/2021	31/12/2021	65.000,00 €	11.280,99 €	53.719,01 €	
9	Digital. y Otros Gastos	Otras campañas apoyo al consumo local	2.a y 7.d	01/03/2022	31/12/2022	30.000,00 €	5.206,61 €	24.793,39 €	
10	Sensibilización y Formación	Asesoría a comercios en soluciones digitales	6.a	01/03/2022	31/12/2022	40.000,00 €	6.942,15 €	33.057,85 €	
11	Digitalización	Herramienta Digital Observatorio Urbano Ejes Comerciales	2.d	01/02/2022	31/12/2022	15.000,00 €	2.603,31 €	12.396,69 €	
12	Sensibilización y Formación	Formación Reducción consumos y residuos	6.c	01/03/2022	31/12/2022	5.000,00 €	867,77 €	4.132,23 €	
13	Sostenibilidad y E. Circular	Servicio de asesoría mejora de eficiencia energética	4.e	01/03/2022	31/12/2022	15.000,00 €	2.603,31 €	12.396,69 €	
14	Sostenibilidad y E. Circular	Formación comercios mejora de eficiencia energética	4.e	01/03/2022	31/12/2022	5.000,00 €	867,77 €	4.132,23 €	
15	Digital. y Otros Gastos	Actividades de Animación y Promoción Navidad	2.c y 7.d	01/08/2021	31/12/2022	100.000,00 €	17.355,37 €	82.644,63 €	
16	Otros Gastos	Día del Libro y la Flor	7.d	01/03/2022	30/04/2022	20.000,00 €	3.471,07 €	16.528,93 €	
17	Otros Gastos	Mercado Medieval	7.d	01/07/2022	30/09/2022	3.000,00 €	520,66 €	2.479,34 €	
18	Otros Gastos	Semana del Producto Local	7.d	01/08/2021	30/10/2022	17.000,00 €	2.950,41 €	14.049,59 €	
19	Otros Gastos	Feria de Navidad	7.d	01/08/2021	31/12/2022	15.000,00 €	2.603,31 €	12.396,69 €	
20	Digital. y Otros Gastos	Campañas Comunicación Apoyo Comercio Zonas Alta densidad	2.c y 7.d	01/01/2022	31/12/2022	50.000,00 €	8.677,69 €	41.322,31 €	
21	Transfor. P Venta y otros	Inversión nuevos usos locales vacíos (aparcabícis, consignas,...)	3.e, 4.e y 7.d	01/05/2022	31/12/2022	75.000,00 €	13.016,53 €	61.983,47 €	
22	Transfor. P Venta y otros	Embellecimiento y ornato de locales vacíos de ejes comerciales	3.e y 7.d	01/03/2022	31/12/2022	15.000,00 €	2.603,31 €	12.396,69 €	
23	Transfor. P Venta y otros	Reurbanización aceras y mejora accesos ejes comerciales	3.e y 7.d	01/01/2022	31/12/2022	200.000,00 €	34.710,74 €	165.289,26 €	
24	Digital. y Otros Gastos	Inversiones accesibilidad universal: señalética comercial digital	2.a y 7.c	01/01/2022	31/12/2022	40.000,00 €	6.942,15 €	33.057,85 €	
25	Otros Gastos	Inversión Ornamentación urbana en ejes comerciales	7.d	01/01/2022	31/12/2022	75.000,00 €	13.016,53 €	61.983,47 €	
26	Otros Gastos	Mobiliario urbano y embellecimiento ejes comerciales	7.d	01/01/2022	31/12/2022	50.000,00 €	8.677,69 €	41.322,31 €	
						<b>2.887.585,00 €</b>	<b>501.151,12 €</b>	<b>2.386.433,88 €</b>	<b>238.643,39 €</b>
						Total con IVA	Total IVA	Total SIN IVA	10%

## 3. Presupuesto total que se solicita para la actuación financiable (€).

Total IVA Incluido los dos años: 2.887.585,00 € (IVA: 501.151,12 €)

Total base imponible, SIN IVA: 2.386.433,88 €

Se solicita el **90%** de subvención del total sin IVA: **2.147.790,50 €**

El Ayuntamiento de Pamplona asume la **financiación del 10% (238.643,39 €)** y del IVA (501.151,12 €) total **739.794,50 €**

#### 4. Desglose del presupuesto por partidas de gastos indicando las fuentes de financiación

Financiación municipal 10% de los importes sin IVA

Suma de los dos años

		TOTAL (Año 2021 + Año 2022)		
Conceptos de Gasto Art. 7 Convocatoria ICT/949/2021		TOTAL IVA Incluido	SIN IVA	SUBV. 90%
TRANSF. DIGITAL 2.a	Mejora de la atención cliente mediante uso NNTT	75.000,00 €	61.983,47 €	55.785,12 €
TRANSF. DIGITAL 2.c	Publicidad, comunicación y visibilidad en dif soportes NNTT	112.500,00 €	92.975,21 €	83.677,69 €
TRANSF. DIGITAL 2.d	Métricas y análisis sobre el mercado, competencia o SEO	15.000,00 €	12.396,69 €	11.157,02 €
TRANSF. PUNTO VENTA 3.e	Inversión Obra mejora accesibilidad y equipamientos	2.188.972,00 €	1.809.067,77 €	1.628.160,99 €
SOSTENIB. Y E.CIRC. 4.b	Instalación de puntos de entrega inteligentes	30.000,00 €	24.793,39 €	22.314,05 €
SOSTENIB. Y E.CIRC. 4.e	Otras actuaciones dirigidas a mejorar sostenibilidad y eficiencia	31.250,00 €	25.826,45 €	23.243,80 €
SENS. Y FORMACION 6.a	Sensibilización y formación uso herramientas tecnológicas	40.000,00 €	33.057,85 €	29.752,07 €
SENS. Y FORMACION 6.c	Formación y sensibilización fomento estrategias e. circular	8.000,00 €	6.611,57 €	5.950,41 €
OTROS GASTOS 7.a	Implantación redes WiFi en zonas comerciales	36.663,00 €	30.300,00 €	27.270,00 €
OTROS GASTOS 7.c	Señalética Integrada de la oferta comercial	49.200,00 €	40.661,16 €	36.595,04 €
OTROS GASTOS 7.d	Acciones de potenciación centros comerciales abiertos	301.000,00 €	248.760,33 €	223.884,30 €
		<b>2.887.585,00 €</b>	<b>2.386.433,88 €</b>	<b>2.147.790,50 €</b>

#### Año 2021

		AÑO 2021		
Conceptos de Gasto Art. 7 Convocatoria ICT/949/2021		TOTAL IVA Incluido	SIN IVA	SUBV. 90% BI
TRANSF. DIGITAL 2.a	Mejora de la atención cliente mediante uso NNTT	65.000,00 €	53.719,01 €	48.347,11 €
TRANSF. DIGITAL 2.c	Publicidad, comunicación y visibilidad en dif soportes NNTT	27.500,00 €	22.727,27 €	20.454,55 €
TRANSF. P. VENTA 3.e	Inversión Obra mejora accesibilidad y equipamientos	1.316.722,00 €	1.088.200,00 €	979.380,00 €
OTROS GASTOS 7.d	Acciones de potenciación centros comerciales abiertos	34.500,00 €	28.512,40 €	25.661,16 €
		<b>1.443.722,00 €</b>	<b>1.193.158,68 €</b>	<b>1.073.842,81 €</b>

#### Año 2022

		AÑO 2022		
Conceptos de Gasto Art. 7 Convocatoria ICT/949/2021		TOTAL IVA Incluido	SIN IVA	SUBV. 90%
TRANSF. DIGITAL 2.a	Mejora de la atención cliente mediante uso NNTT	10.000,00 €	8.264,46 €	7.438,02 €
TRANSF. DIGITAL 2.c	Publicidad, comunicación y visibilidad en dif soportes NNTT	85.000,00 €	70.247,93 €	63.223,14 €
TRANSF. DIGITAL 2.d	Métricas y análisis sobre el mercado, competencia o SEO	15.000,00 €	12.396,69 €	11.157,02 €
TRANSF. P. VENTA 3.e	Inversión Obra mejora accesibilidad y equipamientos	872.250,00 €	720.867,77 €	648.780,99 €
SOSTENIB. Y E.CIRC. 4.b	Instalación de puntos de entrega inteligentes	30.000,00 €	24.793,39 €	22.314,05 €
SOSTENIB. Y E.CIRC. 4.e	Otras actuaciones dirigidas a mejorar sostenibilidad y eficiencia	31.250,00 €	25.826,45 €	23.243,80 €
SENS. Y FORMACION 6.a	Sensibilización y formación uso herramientas tecnológicas	40.000,00 €	33.057,85 €	29.752,07 €
SENS. Y FORMACION 6.c	Formación y sensibilización fomento estrategias e. circular	8.000,00 €	6.611,57 €	5.950,41 €
OTROS GASTOS 7.a	Implantación redes WiFi en zonas comerciales	36.663,00 €	30.300,00 €	27.270,00 €
OTROS GASTOS 7.c	Señalética Integrada de la oferta comercial	49.200,00 €	40.661,16 €	36.595,04 €
OTROS GASTOS 7.d	Acciones de potenciación centros comerciales abiertos	266.500,00 €	220.247,93 €	198.223,14 €
		<b>1.443.863,00 €</b>	<b>1.193.275,21 €</b>	<b>1.073.947,69 €</b>

5. Análisis del principio sobre **“no perjuicio significativo”** para los seis objetivos medioambientales del Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo:

a) mitigación del cambio climático;

b) adaptación al cambio climático;

c) uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos;

d) transición hacia una economía circular;

e) prevención y control de la contaminación;

f) protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas.