



# **Planes de Atracción y Ordenación Comercial (PAOC)**

---

## **Guía de elaboración**

Enero 2018



# Justificación

---

# Marco jurídico

- **Ley Foral 17/2001, de 12 de julio, reguladora del comercio de Navarra, Artículo 18.2.c),**
- **Artículo 18. Planes Generales Municipales.**
- *1. Los Planes Generales Municipales deberán ajustarse en la ordenación del uso comercial, además de a la Ley Foral 35/2002, de 20 de diciembre, de Ordenación del Territorio y Urbanismo , a los principios y criterios establecidos por la presente Ley Foral así como por los Planes de Ordenación Territorial.*
- **2. El Planeamiento General Municipal habrá de incluir, a los efectos del uso comercial, las siguientes determinaciones:**
  - *a) Una delimitación de los suelos urbano y urbanizable que mejor se adapte al uso comercial genérico y al uso específico de gran establecimiento comercial de acuerdo con los principios recogidos en la presente Ley Foral en sus artículos 16, 17 y 19.6 .*
  - *b) Una dotación comercial mínima en los bajos de los edificios de vivienda colectiva de tres metros cuadrados por vivienda, sin que puedan autorizarse en dicha dotación establecimientos que por sus características deban ser objeto de un Plan Sectorial de incidencia Supramunicipal.*
  - **c) Un plan de atracción y ordenación comercial. Contendrá medidas de embellecimiento, mejora urbana de las áreas comerciales de los cascos urbanos y áreas residenciales de alta densidad.**
- Además, se ha aprobado el Decreto Foral Legislativo 1/2017, de 26 de julio, que refunde distintos textos legales que regulan la ordenación del territorio y el urbanismo en Navarra.



## **Qué es un PAC**

---

# Definición

---

- ***Un conjunto de medidas necesarias para dinamizar el sector comercial y establecer un modelo comercial equilibrado, eficiente y al servicio de los consumidores y el desarrollo local.***
- Es un análisis de:
  - ❖ Aspectos sociales, económico-comerciales y urbanísticos
- Para:
  - ❖ Diagnosticar la situación del comercio
  - ❖ Desarrollar líneas de actuación
  - ❖ Programa de actuaciones detallado
- Debe contemplar siempre la particularidad de la localidad.



## **Objetivos del PAC**

---

# Objetivos del PAOC (I)

---

- Principios rectores Artículo 2 Ley 17/2001
  - Mantenimiento del sistema de comercio minorista dentro del núcleo urbano
  - Crecimiento armonioso y equilibrado de actividades comerciales. Desarrollo sostenible del casco urbano.
  - Alta calidad en la prestación de servicios
  - Participación de agentes, consumidores, en el desarrollo comercial.

# Objetivos del PAOC (II)

---

- Facilitar y estimular proceso de reflexión
- Determinar la adecuación de la estructura comercial existente a la demanda
- Determinar el modelo comercial más adecuado para la localidad
- Proponer soluciones:
  - ❖ Equipamiento comercial equilibrado y ajustado a la demanda
  - ❖ Sin crear tensiones comerciales y urbanísticas innecesarias.





## **Partes que componen un PAOC**

---

# Partes de un PAOC

---

1. Resumen: Presentación de la localidad y rasgos básicos del PAC
2. Presentación de la localidad.
3. Explicación/descripción/análisis de la demanda y oferta comercial.
4. Objetivos del PAC
5. Ejes de actuación y medidas

# Partes de un PAOC

---

## 1. **Presentación de la localidad.**

1. Entorno, ubicación geográfica, conectividad de la localidad,
2. Demografía,
3. Economía, principales sectores y activos, atracción turística...
4. Papel que el ayuntamiento desempeña en relación al comercio: Recursos, normativa, medidas implementadas

# Partes de un PAOC

---

## 1. Explicación/descripción/análisis de la demanda y oferta comercial

### DEMANDA

1. Hábitos de compra
  1. Tipos de bienes
  2. Frecuencia
  3. Canal
2. Evasión y recepción de gasto
3. Valoración

# Partes de un PAOC

---

1. Explicación/descripción/análisis de la demanda y oferta comercial

## **OFERTA**

1. Oferta y dotación comercial
2. Competencia
3. Asociacionismo
4. Carencias y necesidades

# Diagnóstico del comercio en la localidad

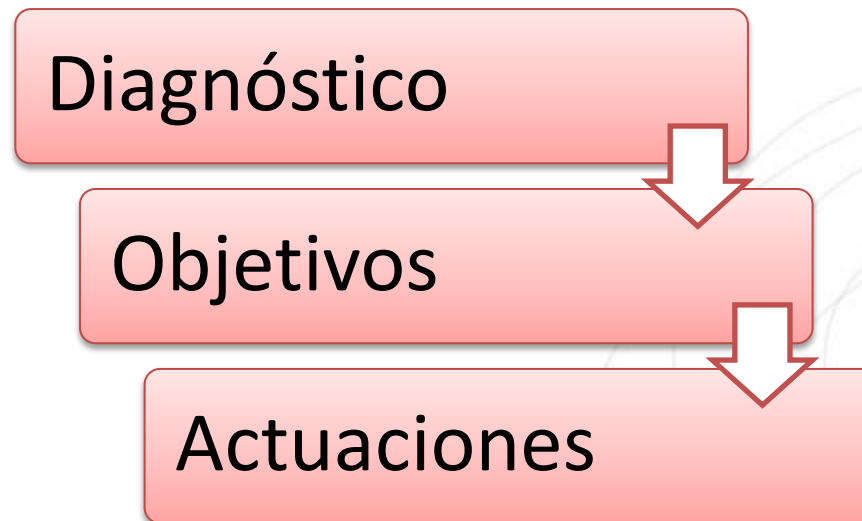
	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Oportunidades (O)	Estrategias FO. Usan fortalezas para aprovechar oportunidades.	Estrategias DO. Aprovechan las oportunidades superando las debilidades.
Amenazas (A)	Estrategias FA. Utilizan fortalezas para evitar amenazas.	Estrategias DA. Minimizan las debilidades y eliminan las amenazas.



**FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS**

# Diagnóstico del comercio en la localidad

---





## **Metodología de elaboración**

---



# Metodología de elaboración: 3 fases



Cámara  
Navarra

