

Consulta Pública previa para elaborar el Decreto para la tercera revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón

<p>Antecedentes de la norma (Breve referencia a los antecedentes normativos)</p>	<p>El Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón (PGECA) fue aprobado inicialmente por el Decreto 112/2001, de 22 de mayo, del Gobierno de Aragón. Posteriormente, mediante el Decreto 171/2005, de 6 de septiembre, del Gobierno de Aragón, se aprobó la primera revisión del PGECA, que reforzó la estrategia específica en materia de comercio del Gobierno de Aragón.</p> <p>La segunda revisión del PGECA fue aprobada por el Decreto 160/2014, de 6 de octubre, del Gobierno de Aragón, el cual estableció los objetivos estratégicos, los ejes de trabajo, los programas de actuación, así como los criterios para la planificación, ordenación y desarrollo del equipamiento comercial en la Comunidad Autónoma.</p> <p>La Disposición final segunda del Decreto 160/2014, de 6 de octubre, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba la segunda revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, autoriza a la Diputación General de Aragón para revisar el Plan General de Equipamiento Comercial de Aragón, cuando el seguimiento del mismo lo requiera.</p>
<p>Problemas que se pretenden solucionar con la nueva norma</p>	<p>Desde la aprobación de la segunda revisión del PGECA en 2014, las circunstancias sociales, económicas y comerciales han experimentado transformaciones sustanciales que evidencian la necesidad de realizar una nueva revisión del Plan acorde con la situación actual. El sector del comercio es considerado en Aragón un sector estratégico en la economía, con un peso del 14% en el PIB total de Aragón y un montante de casi 11.300 empresas, siendo el comercio minorista el 17% de los afiliados a la Seguridad Social.</p> <p>La planificación del equipamiento comercial constituye un pilar fundamental para el desarrollo económico regional, la vitalidad urbana y el bienestar de los consumidores. En Aragón, la ordenación del sector comercial ha sido una prioridad estratégica, buscando un equilibrio entre la oferta</p>

	<p>y la demanda, el fomento de la actividad económica y la protección de los intereses ciudadanos.</p>
Necesidad y oportunidad de su aprobación	<p>Es evidente que el marco regulador establecido en el Decreto 160/2014 requiere una profunda actualización para adaptarse a estas nuevas realidades. El Decreto que se propone debe incorporar disposiciones que contemplen la omnicanalidad, la transformación digital del comercio, la sostenibilidad como eje transversal, la integración de las nuevas Áreas de Promoción de Iniciativas Económicas, y una revisión estratégica de los programas de fomento y promoción del sector.</p>
	<p>La irrupción de las nuevas tecnologías, especialmente la generalización de las compras en línea, ha provocado una de las transformaciones más profundas en la actividad comercial. Este cambio ha sido acelerado por factores sociales, como la reciente crisis sanitaria, que modificó la percepción del mundo y los métodos de consumo.</p> <p>El comercio electrónico en España ha experimentado un crecimiento sostenido, con el volumen superando los 95.000 millones de euros en 2024, lo que representa un aumento del 13,1% respecto al año anterior. Conforme a datos recientes, el 86% de la población española participa en la compraventa en línea, y los dispositivos móviles se han convertido en el medio preferido para realizar compras, con casi el 60% de los consumidores utilizando sus <i>smartphones</i> para este fin.</p>
Objetivos de la norma	<p>Esta consolidación del comercio electrónico como un componente esencial y en constante expansión de la economía indica que no se trata de una tendencia pasajera, sino de un cambio estructural e irreversible en el funcionamiento del comercio. La alta tasa de penetración y el volumen financiero significativo sugieren una transformación fundamental que exige una estrategia holística de "omnicanalidad", integrando el comercio electrónico como una parte central del panorama comercial y no como un nicho o canal secundario.</p> <p>La revisión del Plan General Para el Equipamiento Comercial de Aragón, abordará no solo la infraestructura digital, sino también los desafíos logísticos, la evolución de la dinámica competitiva entre el comercio en línea y el físico y la introducción de nuevos</p>

	<p>modelos de colaboración público privada para el desarrollo comercial, como el de las Áreas de Promoción de Iniciativas Económicas.</p>
Posibles soluciones alternativas, regulatorias y no regulatorias	<p>La solución planteada es la revisión del actual Plan General para el Equipamiento Comercial, el cual recogerá las necesidades y retos planteados , así como las aportaciones ciudadanas que se consideren que tienen cabida en el texto.</p>