



PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2014

BORRADOR 11-03-2014



ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN.....	3
2.-PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2013....	5
3.- PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2014.....	6
4 - LINEAS DEL PLAN.....	9
LÍNEA 1.- INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL PEQUEÑO COMERCIO.....	10
MEDIDA 1.- Apoyar nuevas fórmulas comerciales de organización y especialización.....	10
MEDIDA 2.- Impulsar la generalización del uso de nuevas tecnologías en el pequeño comercio	12
MEDIDA 3.- Programas para impulsar la innovación y competitividad en el pequeño comercio	13
MEDIDA 4.- Promover la apertura del canal on line en el comercio. Actividades de divulgación y asesoramiento.....	14
MEDIDA 5.- Norma de calidad para estaciones de servicio.....	17
MEDIDA 6.- Reconocimiento de proyectos innovadores y trayectoria en el sector.	17
MEDIDA 7.- Fomento de la actividad empresarial en el sector comercial.....	19
MEDIDA 8.- Programa de apoyo para fomentar la segunda oportunidad.....	20
LÍNEA 2.- CENTROS COMERCIALES ABIERTOS Y MERCADOS MUNICIPALES.....	22
MEDIDA 9.- Análisis de un nuevo marco normativo de reconocimiento de los CCAS.....	22
MEDIDA 10.- Promoción de las principales áreas comerciales y de mercados municipales.....	24
MEDIDA 11.- Mejora de mercados municipales.....	25
MEDIDA 12.- Mejora de equipamientos comerciales.....	27
LÍNEA 3.- APOYO FINANCIERO.....	29
MEDIDA 13.- Plan de pago a proveedores.....	29
MEDIDA 14.- Líneas de crédito para el pequeño comercio.....	31
LÍNEA 4.- PROMOCIÓN COMERCIAL Y REACTIVACIÓN DE LA DEMANDA.....	39
MEDIDA 15.- Promoción de las principales áreas comerciales.....	39
MEDIDA 16.- Promoción de mercados municipales.....	40
MEDIDA 17.- Promover el uso de medios de pago electrónicos	41
MEDIDA 18- Programas de incentivos sectoriales (automóvil).....	43
LÍNEA 5.- RELEVO GENERACIONAL Y EMPRENDEDORES.....	46
MEDIDA 19.- Apoyo para el emprendimiento: emprende en 3 y portal pyme.....	46
MEDIDA 20.- Programa de relevo en el comercio,.....	48

LÍNEA 6.- COMERCIO Y TURISMO.....	50
MEDIDA 21.- Promoción del turismo de compras en el exterior.....	50
MEDIDA 22.- Impulsar rutas y áreas turísticas comerciales.....	53
LÍNEA 7.- SEGURIDAD.....	56
MEDIDA 23.- Información y asistencia sobre las medidas para mejorar la seguridad en las áreas comerciales.....	56
MEDIDA 24.- Reforma del Código Penal.....	61
LÍNEA 8.- MEDIDAS LEGISLATIVAS DE IMPULSO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DE ELIMINACIÓN DE BARRERAS.....	63
MEDIDA 25.- Flexibilización de horarios comerciales.....	63
MEDIDA 26.- Eliminación de barreras y trabas administrativas.....	64
MEDIDA 27.- Promover la unidad del mercado en el ámbito del sector comercial.....	65
LÍNEA 9.- INTERNACIONALIZACIÓN.....	68
MEDIDA 28.- Apoyar la internacionalización del comercio y los servicios.....	68
MEDIDA 29.- Asesoramiento en la internacionalización del comercio y los servicios.....	70
LÍNEA 10.- FORMACIÓN Y EMPLEO.....	72
MEDIDA 30.- Acciones de sensibilización y formación.....	72
MEDIDA 31.- Apoyo a determinados colectivos con dificultades para su inserción laboral.....	74
MEDIDA 32.- Fomento de la contratación y la flexibilidad en las condiciones de trabajo.....	75
5.- AGENTES IMPLICADOS.....	78

1. INTRODUCCIÓN

Situación actual del comercio en España

En el inicio del año 2014 y durante los últimos meses de 2013, los indicadores del comercio han comenzado a experimentar una progresión. A ello ha colaborado sin duda la elaboración por parte del Gobierno del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2013. Es de esperar que este cambio en la actividad comercial se consolide. Para coadyuvar en ello, se ha actualizado el Plan de Apoyo al comercio con un conjunto de medidas para el año 2014, que se desarrollan en el presente documento.

Desde finales de 2007, la crisis económica había producido un fuerte retraimiento del consumo, que afectó al comercio minorista, y especialmente al pequeño comercio tradicional. No obstante, el último dato proporcionado por la Contabilidad Nacional indica que en el cuarto trimestre del año 2013 el gasto en consumo de los hogares ha mostrado un avance intertrimestral del 0,5%, en un entorno de mejora de la confianza de los consumidores y de una evolución menos contractiva en el mercado de trabajo. Además, el crecimiento trimestral del PIB en el cuarto trimestre de 2013 alcanzó el 0,2%, superando al tercer trimestre de 2013, en el que el PIB de la economía española registró un crecimiento trimestral del 0,1%.

Las ventas del comercio minorista disminuyeron durante los últimos cinco años. De hecho, las tasas anuales de las ventas minoristas habían sido negativas todos los meses desde marzo de 2008, salvo marzo y junio de 2010, hasta llegar a septiembre de 2013. Durante los últimos meses de 2013, las ventas del comercio minorista empiezan a mostrar un cambio de tendencia, alcanzando ya tasas interanuales positivas en septiembre (+2,1%) y noviembre (+2%). Octubre tuvo una tasa ligeramente negativa del -0,5% y en diciembre las ventas permanecieron estabilizadas en el 0%.

Por comunidades autónomas, en diciembre de 2013 las ventas minoristas aumentan en 9 comunidades respecto a diciembre de 2012. Esto es especialmente destacable en las comunidades más turísticas, que son las que tienen los mayores incrementos:

Illes Balears (+5,1%) con valores positivos de las ventas desde abril, Canarias (+5,1%) que presenta valores positivos de las ventas desde julio y Comunidad Valenciana (+2,1%) con valores positivos de las ventas desde septiembre. También Navarra (+2,3%) tuvo tasas positivas de las ventas desde septiembre. Asimismo, tuvieron tasas anuales positivas en diciembre Aragón (+0,4%), Cataluña (+0,1%), Galicia (+1,2%) y Cantabria (+1,4%).

Como consecuencia de la crisis económica y la reducción de las ventas, a partir del año 2008 se viene produciendo una continua disminución del empleo en el comercio minorista, que ha llevado a que en 2013 haya habido 175.000 ocupados menos que en dicho año (-8,9%), según la Encuesta de Población Activa del INE. Solo en el año 2009, los ocupados en el comercio minorista disminuyeron en 116.100 personas (-5,8%).

No obstante, en el empleo del comercio minorista también empiezan a aparecer algunos datos esperanzadores. Así, comparando los datos medios de los años 2012 y 2013 ya hay 8 comunidades autónomas que presentan tasas interanuales positivas. La Comunidad Valenciana creció en 10.762 ocupados en el comercio minorista, la Comunidad de Madrid en 7.966, Baleares en 3.989, Asturias en 3.270, Extremadura en 1.954, Canarias en 1.151, País Vasco en 1.049 y La Rioja en 91. En el conjunto de España en 2013 ha habido una media de 1.828.694 ocupados en el comercio minorista. Comparando con el año anterior, la ocupación en el comercio minorista ha bajado en 12.205 personas (-0,7%).

En enero de 2014, los afiliados autónomos a la Seguridad Social del comercio minorista fueron 9.371 más que en el mismo mes del año anterior (+1,8%). Ya hay 16 comunidades autónomas (todas menos el País Vasco), además de Ceuta y Melilla, que han experimentado aumentos interanuales de trabajadores en el comercio autónomo y familiar.

El paro registrado en el comercio minorista descendió en enero con respecto al mismo mes del año anterior un 0,7% (3.210 parados menos). Es importante resaltar que el comercio minorista registra la segunda caída interanual del paro registrado, y además consecutiva, desde junio de 2007, según los datos del Servicio Público de Empleo Estatal.

Por último, conviene señalar que la introducción de las nuevas tecnologías ya está suponiendo un factor que contribuye al desarrollo del comercio. Así, el comercio electrónico en España comenzó el año 2013 estableciendo un nuevo récord de facturación, con un aumento del 15,1% en el primer trimestre de 2013 respecto al mismo trimestre del año pasado. España se ha convertido en el cuarto país europeo que más facturó en el campo del comercio electrónico B2C en 2012. Por delante solo están Gran Bretaña, Alemania y Francia.

2. EL PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2013

En el año 2013 el Ministerio de Economía y Competitividad impulsó la elaboración del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2013, que fue aprobado por Consejo de Ministros el 7 de junio. Esta iniciativa surgió como consecuencia de la situación del sector del comercio minorista que, desde finales de 2007, como consecuencia del retraimiento del consumo por la crisis económica, se estaba viendo afectado muy negativamente, y especialmente el pequeño comercio tradicional, que veía comprometido gravemente su crecimiento. Teniendo en cuenta también la notable importancia del comercio en la economía nacional, su carácter estratégico por la generación de empleo y por la vertebración que ejerce en la vida y actividad económica de las ciudades, y su conexión con el sector turístico y con el emprendimiento, se concibió el Plan como un elemento de trabajo integral y coordinado, de forma que, en un mismo documento se recogían las acciones y las medidas impulsadas tanto desde instancias comerciales como desde otros ámbitos que, por su experiencia y área competencial, más podían aportar en actuaciones que impulsaran la competitividad del comercio minorista. Así, el Plan incluía aportaciones del propio Ministerio de Economía y Competitividad, del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Red.es, Consejo Superior de Cámaras, Mercasa, Federación Española de Municipios y Provincias, Comunidades Autónomas, Entidades Locales y las Asociaciones más representativas del sector comercial.

3. EL PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2014. LINEAS DEL PLAN

Tras el desarrollo de las medidas contempladas en el Plan durante el año 2013, y a la vista de su buena acogida, fundamentalmente por el sector del comercio minorista que tiene a su disposición información de todos los elementos, actividades y medidas que, en los diferentes ámbitos de actuación, se ponen a su disposición y le permiten acometer mejoras para la modernización y dinamización de su actividad, adaptándose a los cambios que los consumidores y la sociedad reclaman, se pone en marcha el nuevo Plan Integral de apoyo a la competitividad del comercio minorista de España 2014 como continuidad y nuevo impulso a las medidas de apoyo al comercio en nuestro país.

Este nuevo Plan mantiene la misma estructura con diez líneas principales que indican los ejes principales de actuación, orientadas a la innovación y competitividad del pequeño comercio, el fomento de los centros comerciales abiertos y mercados municipales, el apoyo financiero a las empresas, la promoción comercial y la reactivación de la demanda, el impulso del relevo generacional y los emprendedores, el aprovechamiento de las sinergias entre comercio y turismo en beneficio de ambos sectores, la mejora de la seguridad comercial, las medidas legislativas liberalizadoras y de eliminación de barreras, el impulso a la internacionalización y la mejora de la formación y el empleo en el sector comercial.

Dentro de cada línea se especifican las medidas que la componen. En su mayoría se mantienen las medidas incluidas en el plan 2013, dado que se trata de iniciativas puestas en marcha con ánimo de continuidad, avanzando a lo largo de distintas etapas en su ejecución, con el objetivo de asegurar la obtención de sus objetivos. En este documento se han actualizado sus contenidos, se indican las acciones que se desarrollarán durante el año 2014 haciéndose una síntesis de las actuaciones acometidas en 2013 o desde 2012 en su caso y los resultados obtenidos.

Son de destacar algunas novedades que se incorporan a este plan. El ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de Red.es incorpora nuevas actuaciones en materia de innovación y acceso a nuevas tecnologías destinados a las Pymes, a través de la Dirección General de Industria y de la pequeña y Mediana Empresa se incorpora el programa para fomentar la segunda oportunidad de los emprendedores

con dificultades, el Ministerio de Fomento incorpora las nuevas líneas de apoyo financiero que pueden repercutir en la mejora de la actividad comercial de zonas urbanas, desde Turespaña y Seggitur se incorporan las nuevas actuaciones para promover y potenciar la imagen de España como destino de compra para el turismo, el empleo de nuevas tecnologías para informar al turista, tanto nacional como extranjero de la amplitud y variedad de opciones que ofrecen nuestras ciudades. También se incluyen en el Plan la placa y medalla al mérito en el comercio, que dentro del apartado de comercio interior galardona a personas y entidades públicas o privadas que hayan destacado en su labor en favor del sector comercial. Además se incorpora un nuevo curso on line a impartir por el Centro de Estudios Económicos y Comerciales para formación de Agentes Comerciales. En el plano normativo se pondrá en marcha el Plan de racionalización normativa dentro del Plan de racionalización normativa en desarrollo de la Ley de garantía de unidad de mercado.

Por otra parte, se seguirá trabajando en la promoción continua de áreas comerciales y de mercados municipales, en la modernización, innovación e implantación de nuevas tecnologías, que permitan incrementar la competitividad del pequeño comercio en la sociedad moderna, impulsando el sostenimiento del sector y la generación de empleo. Se contemplan las líneas de crédito desde distintos ámbitos de la administración, que puedan ofrecer el acceso a préstamos para acometer proyectos de mejora y dinamización de los comercios. A ello se unen medidas sectoriales concretas como el Plan PIVE para la reposición de vehículos.

Se seguirán ofreciendo programas de información y asistencia personalizada a emprendedores que, desde distintas instancias, se ponen a disposición de aquellos que quieren iniciar o innovar su negocio, se continuará trabajando desde la secretaría de Estado de Seguridad para poner todos los medios que permitan mejorar la seguridad del comercio.

Por último se avanzará, junto con las comunidades autónomas y los ayuntamientos, para mejorar y flexibilizar los horarios comerciales, principalmente en las zonas que, por su importancia turística, pueden aumentar sus ventas adaptándose y aprovechando al máximo los flujos turísticos de su ciudad.

Esta iniciativa ha sido impulsada por la Secretaría de Estado de Comercio, a través de la Dirección General de Comercio Interior (Ministerio de Economía y

Competitividad), en colaboración con otros departamentos ministeriales: Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, al que se añade en esta edición el Ministerio de Fomento. También cuenta con la colaboración de las Comunidades Autónomas, los Ayuntamientos, el Consejo Superior de Cámaras, las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, la Sociedad Estatal Mercados Centrales de Abastecimiento S.A. (Mercassa) y las principales Organizaciones Empresariales y las asociaciones de autónomos.

Las medidas que se recogen en el plan se financiarán con cargo a las disponibilidades presupuestarias del ejercicio 2014 sin que puedan implicar gasto adicional a dichas disponibilidades. En los supuestos en los que el plan pueda extender sus actuaciones a ejercicios futuros, estas quedarán supeditadas a las disponibilidades presupuestarias correspondientes a dichos ejercicios.

La aprobación del *Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2014* no supondrá incremento de las plantillas de personal de los órganos administrativos afectados ni dotación presupuestaria adicional.

LINEAS DEL PLAN DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2014

Línea 1.- Innovación y Competitividad del Pequeño Comercio

Línea 2.- Centros Comerciales Abiertos y Mercados Municipales

Línea 3.- Apoyo Financiero

Línea 4.- Promoción Comercial y Reactivación de la Demanda

Línea 5.- Relevó Generacional y Emprendedores

Línea 6.- Comercio y Turismo

Línea 7.- Seguridad

Línea 8.- Medidas Legislativas de impulso de la actividad comercial y de eliminación de barreras

Línea 9.- Internacionalización

Línea 10.- Formación y Empleo

LÍNEA 1.- INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL PEQUEÑO COMERCIO

MEDIDA 1.- APOYAR NUEVAS FÓRMULAS COMERCIALES DE ORGANIZACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN

OBJETIVO

Potenciar la especialización comercial y facilitar información sobre asistencias técnicas para la incorporación a redes de franquicia.

El sector de la franquicia ha demostrado ser un modelo de éxito, tal y como demuestra su crecimiento, que en 2013, y casi 60 años después de la implantación de las primeras franquicias en España, cerró con una facturación equivalente al 9.1% de las ventas del comercio minorista, de más de 19.199 millones de euros, un 5.3% por encima de los datos del año anterior. Por su parte, la facturación media por enseña aumentó en un 1.3%. El sistema de franquicia constituye una fuente generadora de empleo, que permite modelos adaptados a las distintas capacidades de inversión. Asimismo, dadas las mayores garantías de este tipo de negocio, se reducen las dificultades relacionadas con el acceso a la financiación. Por ello, se considera necesario llevar a cabo actuaciones para facilitar información de este modelo de negocio, que opera en diferentes sectores de la actividad comercial, de forma que los emprendedores puedan acceder con mayor facilidad a esta fórmula de negocio.

ACCIONES

La Dirección General de Comercio Interior seguirá trabajando con la **Asociación Española de Franquiciadores (AEF)** para el desarrollo de campañas de divulgación, información y para promover la creación de empleo a través de la franquicia.

El **Registro de franquiciadores** es gestionado por la Dirección General de Comercio Interior, en él deben inscribirse aquellas empresas que pretendan desarrollar la actividad comercial en régimen de franquicia en el territorio español. Anualmente se actualiza el Registro, se trata de un registro administrativo de carácter público que

tiene por objeto dar publicidad e informar sobre las empresas franquiciadoras que operan en nuestro país.

En 2014 se actualizará nuevamente la “**Guía del Registro de Franquiciadores**”, que contiene una breve descripción de la legislación, información sobre toda la red de empresas franquiciadoras que existen en España que incluye el nombre y código, dirección y teléfono, sector, fecha de concesión de la marca y número de establecimientos propios y franquiciados, por último se incluye una visión de los principales datos del sector. Se dará difusión de la misma en la página web del Ministerio de Economía y Competitividad

ACTUACIONES DESARROLLADAS

A través del convenio de colaboración con la Asociación española de franquiciadores, en 2013 se ha elaborado la guía del Registro de Franquiciadores 2013 que, además de los datos de empresas del registro, contiene un informe del sector de la franquicia y la normativa actualizada, guía que se ha incorporado a la página web del Ministerio de Economía y Competitividad.

Actualmente hay más de 1.614 franquicias que desarrollan su negocio en España

- Desarrollo de **proyectos liderados por Mercasa**: diseño y desarrollo de modelos de negocio y de establecimiento para la expansión, a modo de franquicia, de tiendas de productos frescos de calidad y tiendas degustación y venta de productos frescos gourmet, creando una vía de negocio para el emprendimiento.

En 2013 Mercasa puso en marcha dos proyectos para fomentar el comercio minorista con la creación de dos redes de franquicias: Mercafresh (red de tiendas especializadas en productos de alimentación frescos de calidad) y Mercaorigen (tiendas de degustación y venta de productos frescos gourmet con Denominación de Origen). Durante 2014 se continuará trabajando en ambos proyectos:

- **Proyecto Mercafresh**: se procederá a la selección e implantación de la tienda piloto bajo modalidad de arrendamiento.
- **Proyecto Mercaorigen**: se finalizará fase de adecuación del espacio ubicado en Mercamadrid para su comercialización durante el ejercicio 2014.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

Mercafresh: En 2013 se ha diseñado la tienda piloto, el modelo de negocio (franquicia), el perfil del franquiciado y el plan estratégico.

Mercaorigen: Durante 2013 se ha diseñado su estructura, se ha elaborado el plan de negocio y se ha seleccionado la ubicación del mercado mayorista en Mercamadrid.

MEDIDA 2.- IMPULSAR LA GENERALIZACIÓN DEL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL PEQUEÑO COMERCIO. GRUPO DE INNOVACIÓN EN EL COMERCIO

OBJETIVO

Potenciar la innovación y la inversión en nuevas tecnologías en las empresas comerciales mejorando la capacidad de los comercios minoristas para participar en redes y establecer vínculos con su entorno social y productivo. Esta medida se orienta a conseguir un uso más eficiente e intensivo de las tecnologías digitales en aras de mejorar la productividad y competitividad de las empresas.

ACCIONES

Grupo de trabajo de Innovación en el Comercio, se continuará la labor de este grupo, en el que participan: la Dirección General de Comercio Interior, el Consejo Superior de Cámaras, la Confederación Española de Comercio, Red.es y las Comunidades Autónomas para identificar propuestas de actuación en materia de innovación en el sector comercial, en base a las necesidades y realidad del sector, y se elaborará un catálogo con ayudas a la innovación por parte de las distintas entidades participantes.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En 2013 la actividad del grupo de trabajo de innovación en el comercio se ha articulado mediante el establecimiento de los distintos programas de la Administración orientados a la innovación y el uso de las nuevas tecnologías en el sector comercial.

MEDIDA 3.- PROGRAMAS PARA IMPULSAR LA INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN EL PEQUEÑO COMERCIO: INNOVACION COMERCIAL Y DIAGNÓSTICO PUNTO DE VENTA

OBJETIVO

Avanzar en la mejora de la competitividad de las pymes del sector comercial a través de la mejora en la gestión del punto de venta, mediante la realización de diagnósticos individualizados en cada negocio participante y la adopción de soluciones innovadoras.

ACCIONES

Esta Medida se desarrollará en el marco del convenio de colaboración que se suscriba por la Dirección General de Comercio Interior con el Consejo Superior de Cámaras y las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación.

- Programa Diagnóstico Punto de Venta e innovación comercial
 - Realización de un **Diagnóstico Punto de Venta (DPV)**, de forma asistida por un asesor especializado, a través de un amplio cuestionario estructurado por áreas. En base al mismo se identifica las debilidades y potencialidades del comercio, se realizan recomendaciones concretas, propuestas de actuación innovadoras y se realiza un completo análisis económico-financiero.
 - Realización de un **Plan Tutorial de Gestión (PTG)**, consistente en que un consultor especializado, en base a las recomendaciones del *Diagnóstico Punto de Venta*, oriente los esfuerzos y las inversiones a realizar en una o

varias de las áreas que sean de mayor interés para el comerciante, incorporando aspectos de innovación comercial.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En 2013 se destinaron al programa de **innocomercio** y de **diagnóstico de punto de venta** más de **1,5 millones de euros** y se beneficiaron de la iniciativa **1.141 comercios**.

A lo largo de 2013 se han celebrado **127 talleres** de capacitación en 12 comunidades autónomas orientados a la mejora del nivel de profesionalización del comerciante y acercarlo a las nuevas tecnologías.

MEDIDA 4.- PROMOVER LA APERTURA DEL CANAL ON LINE EN EL COMERCIO. ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN Y ASESORAMIENTO (RED.ES)

OBJETIVO

Extender el uso de soluciones de comercio electrónico y adaptación del comercio minorista a los nuevos canales de venta

ACCIONES

- Red.es desarrolla el **Programa de ayudas financieras** para contratar servicios de asesoramiento individual y especializado (**mentoring**) en la puesta en marcha de un canal online, seguida de una línea de ayudas para la implantación de soluciones tecnológicas de comercio electrónico.

Debido al éxito de la fase I, se ha realizado una 2ª invitación para la homologación de proveedores del servicio de asesoramiento y la posterior firma de Convenios de Colaboración con los proveedores seleccionados. Para esta Fase II, el número de empresas colaboradoras, proveedoras del servicio de asesoramiento han sido 26. Así mismo se ha lanzado la 2ª Convocatoria pública para la selección de empresas beneficiarias con una dotación de 10,4 millones. En total, 341 empresas podrán beneficiarse de las “Ayudas financieras para contratar servicios de asesoramiento individual y especializado en comercio electrónico” y “Ayudas

financieras para la implantación de soluciones tecnológicas de comercio electrónico”. Actualmente en fase de subsanación de las 2079 solicitudes de Pymes presentadas.

ACTUACIONES DESARROLLADAS:

Se ha efectuado la Invitación para la homologación de proveedores del servicio de asesoramiento y la posterior firma de Convenios de Colaboración con los proveedores seleccionados. En 2013 el número de empresas colaboradoras, proveedoras del servicio de asesoramiento han sido 18.

Convocatoria pública para la selección de empresas beneficiarias con una dotación de 2,4 millones. En total, 87 empresas accedieron a “ayudas financieras para contratar servicios de asesoramiento individual y especializado en comercio electrónico”, de estas 87 empresas, 71 también accedieron a “Ayudas financieras para la implantación de soluciones tecnológicas de comercio electrónico”.

- A iniciativa del Ministerio de Industria, Energía y Turismo el Gobierno aprobó el 15 de febrero de 2013 la **Agenda Digital para España**, para cuyo desarrollo se han establecido diversos planes de acción que serán ejecutados por Red.es. Dentro de estos planes tiene relevancia en el sector comercio el **Plan de TIC en PYME y comercio electrónico** cuyos objetivos son:
 - Impulsar y favorecer la adopción y utilización de las TIC por parte de la PYME, poniendo énfasis en el uso de soluciones basadas en el modelo “cloud computing”, por los ahorros de costes y resto de beneficios (una más eficiente fuerza móvil de trabajo, productividad más alta, la posibilidad de abrir nuevas localizaciones y entrar en nuevas áreas de negocio) que el cloud computing aporta a la empresas frente al uso de soluciones basadas en modelos tradicionales.
 - Apoyar la extensión del uso del comercio electrónico, contribuyendo a incrementar el número de empresas que comercializan sus productos a través de internet.
 - Facilitar la implantación de procesos telemáticos entre las empresas y con la Administración, en particular el uso de la firma y factura electrónica.
 - Realizar actuaciones de capacitación y formación específica de TIC en PYME.

- Fomentar la innovación en el ámbito TIC.

De entre las medidas que engloba el plan el sector del comercio puede acceder a los siguientes servicios:

- **Talleres y materiales formativos:** engloba un conjunto de actuaciones para incentivar la implantación de soluciones tecnológicas para la gestión de pequeñas y medianas empresas, a través de:
 - Jornadas de divulgación sobre los beneficios de la adopción de soluciones TIC,
 - talleres prácticos sobre el uso de soluciones TIC y
 - generación de materiales formativos on-line.

ACTUACIONES

En el 2013 se ha definido con la Junta de Andalucía la realización de talleres de capacitación TIC dirigidos a autónomos, micropymes y orientadores TIC de Andalucía sobre la importancia de la presencia web y el comercio electrónico. Durante el 2014-2015 se llevará a cabo la ejecución del proyecto

- **Programa de fomento de la demanda de soluciones Cloud Computing para PYME,** es un programa para promover la adopción por parte de las pymes y autónomos de soluciones empresariales fundamentalmente basadas en servicios “cloud computing” a través de asesoramiento personalizado y de apoyo a la implementación de las mismas, para lo cual contarán con un catálogo de proveedores y soluciones adecuadas a su negocio.

Durante el 2014 se pondrá en marcha este programa diseñado en 2013.

MEDIDA 5.- NORMA DE CALIDAD PARA ESTACIONES DE SERVICIO

OBJETIVO

Colaborar en la definición de los parámetros de la calidad en el comercio

ACCIONES

- Como continuación a la labor desarrollada en 2013, se ha constituido por AENOR un nuevo grupo de trabajo CTN 175 /GT8 que durante 2014 trabajará en la definición de una **norma de Calidad de Servicio en Estaciones de Servicio**. Este grupo cuenta con representantes de AENOR, del Ministerio de Economía y Competitividad y de asociaciones y empresas del sector.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En 2013 se participó en el grupo de trabajo para la revisión de la norma “175001-1 **Calidad de servicio para pequeño comercio**. Parte1: Requisitos generales”. Dicha norma fue aprobada el 27/11/2013, una vez finalizado el periodo de información pública (BOE de fecha 1 de octubre de 2013 resolución de 23 de septiembre de 2013, de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa).

Esta norma promueve la excelencia en el servicio al cliente durante la actividad de venta y la prestación de los servicios adicionales, y expresa los requisitos mínimos para proporcionar al cliente una garantía de la calidad del servicio en un establecimiento comercial considerado como pequeño comercio.

MEDIDA 6.- RECONOCIMIENTO DE PROYECTOS INNOVADORES Y TRAYECTORIA EN EL SECTOR.

OBJETIVO

Reconocimiento a las iniciativas de desarrollo comercial y modernización empresarial

ACCIONES

- Convocatoria anual por Resolución de la Secretaría de Estado de Comercio de los **Premios Nacionales de Comercio Interior** en sus tres modalidades:
 - Premio Nacional a Ayuntamientos, sin dotación económica
 - Premio Nacional al Pequeño Comercio, dotado con 5.000 euros
 - Premio Nacional a Centros Comerciales Abiertos, dotado con 5.000 euros

El objeto de los premios es distinguir la especial actuación de los Ayuntamientos en materia de renovación urbana comercial en el centro de las ciudades. Premiar a los pequeños comercios que destaquen por su desarrollo comercial y modernización empresarial, mediante la mejora de la tecnología utilizada, asociación o fusión de empresas y galardonar el asociacionismo comercial para la creación y desarrollo de centros comerciales abiertos, o el impulso de los ya existentes, mediante la potenciación de sus órganos gerenciales.

La convocatoria correspondiente a 2014 se realizará durante el primer semestre del año. En el plazo de seis meses, el órgano de valoración de las solicitudes presentadas elevará al órgano de selección la propuesta.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

Por resolución de 22 de noviembre de 2013, de la Dirección General de Comercio Interior (B.O.E. nº 304 de 20 de diciembre de 2013), se adjudicaron los Premios Nacionales de Comercio Interior correspondientes a la convocatoria 2013. Se otorgaron 3 premios nacionales (Premio Nacional a Ayuntamientos, al Ayuntamiento de Oviedo (Asturias), Premio Nacional al Pequeño Comercio, a Santa Eulalia, S.A., de Barcelona, dotado con 5.000 euros y Premio Nacional a Centros Comerciales Abiertos, a la Asociación de Comerciantes calle Menacho, de Badajoz, dotada con 5.000 euros) 5 Accésit y 18 menciones en total

- Concesión, por orden del Ministro de Economía y Competitividad, **de la Medalla y Placa al Mérito en el Comercio** este galardón tiene por objeto premiar a personas, tanto de nacionalidad española como de otros países, y entidades, públicas o privadas que hayan destacado de forma relevante por su contribución y apoyo a la labor de la Administración comercial española y al sector comercial en su conjunto, colaborando en su defensa, fortalecimiento, modernización, internacionalización, eficacia, mejora y promoción.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En 2013 se concedieron, en el ámbito del comercio interior, una Medalla al Mérito en el Comercio a don Enrique Loewe Lynch (Orden ECC/2045/2013 de 25 de octubre, B.O.E. nº 265 de 5 de noviembre de 2013) y una Placa al Mérito en el Comercio al Grupo Porcelanosa. (Orden ECC/2048/2013 de 25 de octubre, B.O.E. nº 265 de 5 de noviembre de 2013).

MEDIDA 7.- FOMENTO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN EL SECTOR COMERCIAL, REDUCIENDO LAS DIFERENCIAS ENTRE TERRITORIOS

OBJETIVO

Favorecer la actividad empresarial al objeto de reducir las diferencias económicas en el territorio nacional.

ACCIONES

La Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas contribuye al fomento de la actividad empresarial y el desarrollo de las regiones más desfavorecidas a través de la **línea de ayudas** regulada por la Ley 50/1985, de 27 de diciembre, de **incentivos regionales**.

El régimen de incentivos regionales se gestiona sobre la base de un principio de ventanilla continua no sujeta a convocatorias cerradas. Para acogerse al mismo, las empresas deberán presentar proyectos de inversión que sean viables técnica, económica y financieramente, disponer de un nivel de autofinanciación igual o superior al 25% y no haber iniciado la inversión con anterioridad a que el órgano competente haya realizado un análisis previo de elegibilidad.

Los sectores promocionables son, principalmente, la industria y el turismo, si bien, en el ámbito comercial, se incluyen los proyectos de inversión logística y, además, en las Ciudades de Ceuta y Melilla, son subvencionables todos aquellos proyectos que mejoren significativamente la oferta y las estructuras comerciales.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En el marco de esta línea durante 2012 se financió un proyecto de plataforma logística, en la Comunidad Autónoma de Canarias por importe de 148.050€. En 2013 se ha financiado un proyecto de plataforma logística en la Comunidad de Castilla y León con una ayuda de 108.198,30 € para una inversión subvencionable de 1.545.690 €.

MEDIDA 8.-PROGRAMA DE APOYO PARA FOMENTAR LA SEGUNDA OPORTUNIDAD

OBJETIVO

Prevenir situaciones de dificultades económicas y fomentar la segunda oportunidad.

ACCIONES

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a través de la Dirección General de Industria y la Pequeña y Mediana Empresa desarrolla el programa para fomentar la segunda oportunidad, se estructura de la siguiente manera:

- **Acciones de sensibilización y de comunicación** dirigidas a concienciar a las empresas de los territorios seleccionados de la necesidad de establecer sistemas de alerta temprana que eviten la bancarrota.
- **Asesoramiento y tutorización** que comprende servicios de análisis de las empresas que participen en el programa de los posibles síntomas indicativos de la necesidad de llevar a cabo una reestructuración, así como servicios de apoyo en la reestructuración y renegociación de la deuda en su caso.
- Establecer las bases para la puesta en marcha del **Punto de Atención al Emprendedor** para cese de actividad: análisis del proceso, recogida de información y estudio de los trámites para una posible incorporación al sistema de tramitación telemática del CIRCE.

El programa continuará su desarrollo en 2014.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En 2013, en colaboración entre el Consejo Superior de Cámaras y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, se ha llevado a cabo en las Comunidades Autónomas de Andalucía (Cádiz), Galicia (Ourense) y Canarias (Gran canaria) un proyecto piloto, dónde 58 empresas han recibido asesoramiento personalizado de este servicio organizado en un total de 300 horas de duración.

LÍNEA 2.- CENTROS COMERCIALES ABIERTOS Y MERCADOS MUNICIPALES

MEDIDA 9.-ANÁLISIS DE UN NUEVO MARCO NORMATIVO DE RECONOCIMIENTO DE LA FIGURA DE LOS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS

OBJETIVO

Determinar un modelo viable para los centros comerciales abiertos partiendo de un análisis de los Business Improvement District (BIDS).

ACCIONES

Grupo de trabajo “Comercio-ciudad” Se seguirá trabajando en el seno de este grupo de trabajo, en el que participan representantes de la Dirección General de Comercio Interior, Comunidades Autónomas, Federación Española de Municipios y Provincias, Consejo Superior de Cámaras, Mercasa y la Confederación Española de Comercio y cuyas funciones son: conocer las demandas y la realidad de las áreas comerciales urbanas, determinar las necesidades de regulación de las áreas comerciales del centro ciudad, así como articular la colaboración de las Administraciones con los representantes de los comerciantes en esta materia, con el fin de elevar propuestas tendentes al reconocimiento de las mismas y a dotar de un marco jurídico que garantice su dinamización.

Se estudiará un **modelo normativo** para el reconocimiento, organización y desarrollo de los **centros comerciales abiertos** en nuestro país. En este marco se promoverá la participación de todos los empresarios en el desarrollo de las áreas comerciales tradicionales urbanas en colaboración con las administraciones públicas competentes.

En este sentido la Dirección General de Comercio Interior ha elaborado un borrador de la norma que regula las Áreas para la Promoción de Iniciativas Empresariales (APIES), con el que se está trabajando con el Ministerio de Hacienda y

Administraciones Públicas con el fin de regular un marco legal. Se continuará trabajando en este proyecto en el seno del Grupo de Trabajo de Comercio y Ciudad que opera en la DGCI.

El objetivo no es sino la promoción de Áreas para la Promoción de Iniciativas Empresariales (APIES), como áreas o territorios delimitados donde se concentran actividades comerciales y de servicios con un alto dinamismo. La finalidad de estas es la mejora del atractivo del espacio urbano, para aumentar su capacidad de atracción de visitantes, y de las condiciones para el desarrollo de la actividad económica en general, y la comercial en particular, mediante la provisión de servicios comunes que complementan o suplementan los públicos prestados por los Ayuntamientos.

Se ha tomado como referencia el modelo de los BIDS o “Business Improvement Districts”, nacido en Canadá hace más de cuatro décadas y entendido como una nueva forma de colaboración público privada en el ámbito del gobierno local, que ya se utiliza, con diversas variantes, en países como EEUU, Reino Unido, Irlanda, Alemania, Holanda, Sudáfrica, Australia, Nueva Zelanda, Serbia, Suiza, Suecia, Colombia o Japón. Normalmente, estas áreas se crean por designación municipal, de conformidad con la autoridad que para ello les confiere la legislación habilitante en el nivel estatal. El impulso para su creación proviene normalmente de los propietarios o comerciantes de la zona, aunque su establecimiento exige la aprobación municipal.

La implantación de las APIES pretende resolver los problemas a los que se enfrentan las asociaciones empresariales para la dinamización de los denominados “centros comerciales abiertos”, que actualmente pasan por dificultades en su funcionamiento por la falta de cooperación de algunos comerciantes. Un segundo problema que aqueja a los centros comerciales abiertos es el de la financiación, ya que dependen en un altísimo grado de ayudas públicas, que están siendo objeto de ajustes presupuestarios.

El objetivo es doble. Por una parte, reconocer la posibilidad de constituir comunidades empresariales con el objetivo de promover las iniciativas empresariales y revitalizar el entorno urbano de las denominadas Áreas de Promoción de las Iniciativas Empresariales (APIEs). Y, por otra, fomentar la colaboración entre el sector público y el privado para el desarrollo y dinamización de las APIES.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En 2013, la Dirección General de Comercio Interior ha elaborado un borrador de norma que regula las Áreas para la Promoción de Iniciativas Empresariales (APIES).

MEDIDA 10.- PROMOCIÓN DE LAS PRINCIPALES ÁREAS COMERCIALES Y DE MERCADOS MUNICIPALES

OBJETIVO

Promocionar los ejes comerciales y los centros comerciales abiertos existentes o de nueva creación, así como los mercados municipales y potenciar su modernización.

ACCIONES

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través de la Dirección General de la Industria Alimentaria, lleva a cabo actos promocionales en distintos ámbitos y semanas temáticas de promoción de determinados productos.

A lo largo del año 2014, tiene planificado ejecutar las siguientes actuaciones, en el ámbito de sus competencias:

- **Actos promocionales** al consumidor: se llevarán a cabo un total de 72 actos en mercados municipales y áreas comerciales, en 25 ciudades de España. En cada acto se buscará dinamizar el área comercial y promocionar un alimento en concreto, en función de la Semana temática que se esté llevando a cabo.
- **Actos de información a prensa** en 6 mercados municipales en Madrid. En cada acto se buscará la mayor difusión de un alimento en concreto en función de la Semana temática que esté llevando a cabo el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, así como la divulgación por parte de la prensa del interés comercial y económico del mercado municipal.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En 2013, la Dirección General de la Industria Alimentaria llevó a cabo actuaciones promocionales al consumidor, con un total de 9 actos en mercados municipales y 16 en áreas comerciales, en 13 ciudades de España. En cada acto se buscó dinamizar el área comercial y promocionar un alimento en concreto, en función de la Semana temática.

MEDIDA 11.- MEJORA DE MERCADOS MUNICIPALES

OBJETIVO

Modernización de los edificios e instalaciones de los mercados municipales localizados en áreas comerciales urbanas.

ACCIONES

- Colaboración con los Ayuntamientos y Mercasa para la **modernización de mercados municipales**

Mercasa continuará aportando su conocimiento y experiencia en los mercados minoristas, participando de forma directa en el desarrollo, construcción y gestión de algunos de ellos.

Su objetivo principal es reforzar la imagen de los Mercados Minoristas como garantía de calidad ante los consumidores, ligada también al origen de esos mismos productos frescos en la Red de Mercas, potenciar los aspectos relativos a la gestión y el marketing en el diseño de los nuevos Mercados Municipales Minoristas y desarrollar e innovar nuevos formatos de Mercados Minoristas, con la introducción de nuevos servicios y establecimientos complementarios

Mercasa tiene dentro de sus funciones en algunos proyectos actuar como inversor del proyecto, y se convierte en socio tecnológico, promotor y asesor, apoyando su financiación y cogestión.

En 2014 se llevará a cabo nueva encomienda de Gestión de la Dirección General de Comercio Interior a Mercasa, para la mejora de los mercados municipales mediante el estudio técnico-comercial y de viabilidad económica de la remodelación de mercados municipales minoristas.

Por otra parte Mercasa llevará a cabo en el ejercicio 2014 las siguientes acciones:

- Realización de los **estudios previos** necesarios para la modernización, entre otros, de los Mercados de San Cristóbal de La Laguna, Almonte e Ibiza.
- **Análisis sobre la inversión directa** de MERCASA en determinados proyectos de modernización de Mercados, a cambio de la concesión de estos para su explotación. Estos Mercados son: Mercado Maignon (Badalona), nuevo Mercado Casteldefells (Casteldefells, Barcelona), Mercado de Calatrava (Mérida, Badajoz), Mercado de la Corredera (Córdoba).

ACTUACIONES DESARROLLADAS:

En el marco de la encomienda de la DG de Comercio Interior firmada en 2013 Mercasa ha realizado estudios técnicos-comerciales y de viabilidad económica de cuatro mercados: estudio de redimensionamiento del número de puestos, posibilitando un mejor aprovechamiento del edificio y de la oferta comercial del Mercado de Calatrava de Mérida (Badajoz); estudio de remodelación del Mercado Municipal de Cehegin (Murcia) para dar cabida a 14 operadores (actualmente hay tres) además de complementar la oferta comercial redimensionando los puestos; Mercado de Maignon de Badalona (Barcelona) actualmente cerrado, se prevé que pueda albergar hasta 49 operadores (actualmente hay 24 en el mercado provisional) y estudio de remodelación del Mercado Corredera (Córdoba).

MEDIDA 12.- MEJORA DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

OBJETIVO

Modernización de equipamientos o entornos comerciales localizados en zonas de gran afluencia turística.

ACCIONES

- Programa para la **Mejora de la Competitividad de los Equipamientos Comerciales en Zonas de gran Afluencia Turística (ZGAT)**

Se desarrolla a través del Consejo Superior de Cámaras y las Cámaras de Comercio, como consecuencia del convenio de colaboración suscrito entre la Dirección General de Comercio Interior y el Consejo Superior de Cámaras.

El objetivo de esta actuación es la realización de proyectos singulares que conlleven la transformación de los equipamientos o entornos comerciales y que tengan como finalidad principal la adopción de acciones especiales e innovadoras de modernización comercial en zonas de gran afluencia turística mediante acciones específicas de las Cámaras de Comercio en cada Centro Comercial Urbano participante, especialmente:

- Diseño de estrategias de difusión, comunicación y promoción de carácter innovador.
- Ejecución de acciones promocionales innovadoras, de forma coordinada.
- Puesta en marcha de sistemas de evaluación de las acciones
- Acondicionamiento, mejora del entorno y de las instalaciones

En 2014 se realizará convocatoria abierta a todo el territorio nacional en régimen de concurrencia competitiva en el que se establecerán las bases de participación de las Cámaras de Comercio y sus Consejos Autonómicos y Regionales, la dotación presupuestaria disponible y el procedimiento de presentación de propuestas para su selección.

ACTUACIONES DESARROLLADAS:

En 2013 el Consejo Superior de Cámaras realizó una convocatoria pública (BOE 133, de 4 de junio 2013) dirigida a Ayuntamientos, Asociaciones de Comerciantes responsables de la gestión del equipamiento y Consorcios público/privados constituidos para la ejecución y gestión de los proyectos.

Se resolvió conceder ayuda económica a 4 de los 10 proyectos seleccionados, por un importe total de 1.020.050,00 €:

- Rehabilitación y desarrollo del Mercado del Val en Valladolid: se concede una ayuda de 403.912,57 €. El nº de comercios integrados en el proyecto son 40
- Proyecto de acondicionamiento urbano comercial de la ZGAT de Alicante: se concede una ayuda de 399.326,61 €. El nº de comercios integrados en el proyecto son 120
- Puesta en marcha del Centro Comercial “El Galeón” de Punta Umbría (Huelva): se concede una ayuda de 82.360 €. El nº de comercios integrados en el proyecto son 29
- Proyecto de ejecución de la plataforma única en la Calle Guardia Civil de Badajoz mediante su peatonalización: se concede una ayuda de 134.102,82 €

Esta ayuda a su vez ha generado una inversión inducida, solo en el año 2013, que ascendió a 2.261.705,91 €.

LÍNEA 3.- APOYO FINANCIERO

MEDIDA 13.- PLAN DE PAGO A PROVEEDORES

OBJETIVO

Aportar liquidez a las Administraciones Públicas para el pago de las facturas pendientes a proveedores

ACCIONES

- **Implantación del Plan de Pago a Proveedores por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas** para que las Entidades Locales y Comunidades Autónomas puedan pagar a proveedores con facturas pendientes de cobro.

En 2012, el Real Decreto-ley 4/2012, de 24 de febrero, por el que se determinan obligaciones de información y procedimientos necesarios para establecer un mecanismo de financiación para el pago a los proveedores de las Entidades Locales inició el camino para crear este instrumento, que continuó con el Real Decreto-ley 7/2012, de 9 de marzo, por el que se crea el Fondo para la financiación de los pagos a proveedores, norma que además de crear el instrumento para ejecutar el pago a proveedores, amplía su extensión a las Comunidades Autónomas. Tanto para EELL como para CCAA se establecía la limitación temporal a facturas anteriores a 1 de enero de 2012.

En 2013, el Real Decreto-ley 4/2013, de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo incluyó una nueva fase del mecanismo de pago a proveedores, con novedades como la inclusión de las EELL de Navarra y el País Vasco, y a las mancomunidades de municipios.

En estas dos fases (2012 y 2013) se inyectó liquidez a los proveedores por valor de casi 28.500 M€, al pagar más de 5,5 millones de facturas de cerca de

150.000 proveedores de 14 Comunidades Autónomas y 4.000 Entidades Locales.

Con posterioridad, el Real Decreto-ley 8/2013, de 28 de junio, de medidas urgentes contra la morosidad de las administraciones públicas y de apoyo a entidades locales con problemas financieros ha puesto en marcha una **tercera y última fase** en la que se amplía tanto el ámbito subjetivo como el objetivo, permitiendo la inclusión de facturas hasta el 31 de mayo de 2013.

En esta tercera fase (2013) se han movilizado más de 13.372 M€ que permitirán el pago de más de 2,4 millones de facturas de más de 80.000 proveedores tanto de 9 CCAA como de más de 1.200 EELL

Los proveedores de 10 comunidades autónomas HAN COBRADO a mediados del mes de febrero de 2014 un total de 8.002 millones de euros dentro del segundo tramo de la tercera y última fase del Plan de Pago a Proveedores.

Con el cobro de estas facturas concluirá también el pago de las facturas de los proveedores correspondientes a las tres fases del Plan de Pago impulsado en 2012 y 2013 por el Gobierno de España para hacer frente el pago de facturas pendientes de las administraciones territoriales.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

Desde su inicio, en 2012, el Plan de Pago a Proveedores ha aportado una inyección de liquidez de 42.000 M€ que ha beneficiado a 91.080 proveedores de Comunidades Autónomas y 138.788 proveedores de Entidades Locales

- **Fondo de Liquidez Autonómico**, fue creado por Real Decreto-ley 21/2012, de 13 de julio, de medidas de liquidez de las Administraciones públicas y en el ámbito financiero, con la finalidad de dotar de liquidez a las Comunidades Autónomas adheridas.

El Fondo está adscrito al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas a través de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, y su gestión financiera se efectúa por el Instituto de Crédito Oficial.

Con cargo a los recursos del Fondo se realizan operaciones de crédito a favor de las Comunidades Autónomas que permitan atender los vencimientos de deuda autonómica y financiar el objetivo de déficit público autorizado para el ejercicio.

En 2014 se ha dotado el fondo con 23.000 millones de euros.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En 2012 se aportaron a través del Fondo de Liquidez Autonómico 16.656 millones de euros. Se prorrogó durante el ejercicio 2013 durante el cual se han pagado 357.106 facturas de 41.503 proveedores por un importe de 6.525 millones de euros.

MEDIDA 14- LÍNEAS DE CRÉDITO PARA EL PEQUEÑO COMERCIO

OBJETIVO

Facilitar el acceso al crédito para las pymes del sector comercio

ACCIONES

- **Líneas ICO 2014**

En 2014 el ICO abre varias líneas financieras con el objetivo de dar cobertura a las distintas necesidades de financiación de las empresas y autónomos con un importe objetivo de crédito que asciende a 16.000 millones de euros (15% superior al año anterior), de ellas pueden tener acceso las empresas del sector del comercio las siguientes:

- La **línea ICO empresas y emprendedores 2014** destinado a empresas y emprendedores que realicen inversiones en España o tengan necesidades de liquidez.

- La **línea ICO Garantía SGR /SAECA 2014** para financiar inversiones productivas y necesidades de liquidez de empresas y autónomos que cuenten con el aval de SGR/SAECA.
- La **línea ICO internacional 2014**, dirigido a fomentar la internacionalización de la empresa española, financiando tanto las inversiones en el exterior como la actividad exportadora.

A ellas se unen la línea específica orientada a ofrecer financiación al sector del comercio:

- **Línea ICO Comercio Minorista 2014**, dotada con 9.000.000 de euros procedentes de fondos del capítulo 8 del Presupuesto de Gasto de la Dirección General de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Competitividad. Esta línea ofrecerá al sector financiación de capital circulante y de inversiones realizadas en el territorio nacional, orientadas a la implantación, modernización, innovación y mejora de la eficacia y eficiencia de las Pymes y autónomos del sector del comercio minorista.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En 2012 se realizaron 26.541 operaciones en el sector de comercio minorista en todas las líneas de crédito del ICO, que supuso la concesión de créditos por un importe de 1.189 millones de euros, que generaron una inversión total de 2.293 millones de euros.

En 2013 se realizaron 31.404 operaciones en el sector de comercio minorista en todas las líneas de crédito del ICO, que supuso la concesión de créditos por un importe de 1.232 millones de euros, que generaron una inversión total de 1.633 millones de euros. Estos datos han supuesto un aumento del 3,6% en crédito concedido con 43 millones más que en 2012, y 18% más de operaciones financiadas, 4.800 operaciones más que las que se financiaron en el ejercicio anterior.

En los siguientes cuadros se reflejan datos de los préstamos concedidos a empresas del sector del comercio minorista en 2012 y 2013 en las distintas líneas de crédito.

En 2014 la expectativa es llegar a mayor número de empresas y que se incremente la inversión de los proyectos.

DATOS ACTIVIDAD LINEAS ICO SECTOR COMERCIO MINORISTA (CNAE 45 Y 47)			
LINEAS ICO 2012		LINEAS ICO 2013	
EMPRENDEDORES		EMPRESAS Y EMPRENDEDORES	
• Importe crédito	29.769.499,52	• Importe crédito	1.212.477.859,78
• Importe inversión	54.558.254,71	• Importe inversión	1.602.704.589,57
• N° operaciones	1.046	• N° operaciones	30.845
INVERSION			
• Importe crédito	464.913.003,31		
• Importe inversión	1.268.374.429,04		
• N° operaciones	9.152		
LIQUIDEZ			
• Importe crédito	685.997.307,65		
• N° operaciones	16.250		
GARANTIA SGR		GARANTIA SGR	
• Importe crédito	4.429.599,26	• Importe crédito	6.509.253,00
• Importe inversión	4.484.558,18	• Importe inversión	7.942.366,05
• N° operaciones	59	• N° operaciones	90
INTERNACIONAL		INTERNACIONAL	
• Importe crédito	4.511.004,24	• Importe crédito	5.185.809,30
• Importe inversión	5.571.009,88	• Importe inversión	9.885.520,52
• N° operaciones	26	• N° operaciones	45
COMERCIO MINORISTA		COMERCIO MINORISTA	
• Importe crédito	137.000	• Importe crédito	7.614.212,46
		• Importe inversión	12.898.422,93
• N° operaciones	8	• N° operaciones	424
TOTAL LINEAS 2012		TOTAL LINEAS 2013	
• Importe crédito	1.189.757.413,98	• Importe crédito	1.231.787.134,54
• Importe inversión	1.332.988.251,81	• Importe inversión	1.633.430.899,07
• N° operaciones	26.541	• N° operaciones	31.404

En 2013 los datos revelan un aumento del 3,6% en crédito concedido con 43 millones más que en 2012, y 18% más de operaciones financiadas, 4.800 operaciones más que las que se financiaron en el ejercicio anterior.

En los siguientes cuadros se reflejan los datos de 2013 en el sector del comercio minorista de las diferentes líneas ICO separados por CNAE y los datos por comunidad autónoma:

DATOS ACTIVIDAD LINEAS ICO 2013
SECTOR COMERCIO MINORISTA (CNAE 45 Y 47)

SECTOR	LINEA	IMPORTE CRÉDITO	IMPORTE INVERSIÓN	OPERACIONES
VENTA Y MANTENIMIENTO AUTOMOVILES Y OTROS VEHICULOS MOTOS (CNAE 45)	LÍNEA ICO-EMPRESAS Y EMPRENDEDORES 2013	339.229.284,80	453.844.100,48	6.799
	LÍNEA ICO-INTERNACIONAL 2013	164.000,00	762.606,07	4
	LÍNEA ICO-GARANTÍA SGR 2013	1.163.422,00	1.146.536,45	12
	ICO-COMERCIO MINORISTA 2013	0,00	0,00	0
	TOTAL CNAE 45	340.556.706,80	455.753.243,00	6.815,00
COMERCIO AL POR MENOR (CNAE 47)	LÍNEA ICO-EMPRESAS Y EMPRENDEDORES 2013	873.248.574,98	1.148.860.489,09	24.046
	LÍNEA ICO-INTERNACIONAL 2013	5.021.809,30	9.122.914,45	41
	LÍNEA ICO-GARANTÍA SGR 2013	5.345.831,00	6.795.829,60	78
	ICO-COMERCIO MINORISTA 2013	7.614.212,46	12.898.422,93	424
	TOTAL CNAE 47	891.230.427,74	1.177.677.656,07	24.589,00
TOTAL		1.231.787.134,54	1.633.430.899,07	31.404,00

DATOS ACTIVIDAD LINEAS ICO 2013 POR CCAA

SECTOR COMERCIO MINORISTA

CCAA Ordenadas por importe de crédito	TOTAL LÍNEAS ICO- 2013		
	IMPORTE CRÉDITO	IMPORTE INVERSIÓN	OPERACIONES
CATALUÑA	254.025.532,05	324.450.071,72	6.168
MADRID	198.057.635,37	265.746.028,31	3.905
ANDALUCÍA	192.457.461,24	281.387.471,78	5.393
COMUNIDAD VALENCIANA	120.079.466,94	143.925.405,40	3.145
GALICIA	80.706.584,58	101.359.347,88	2.278
CANARIAS	66.658.684,71	105.677.547,40	1.342
CASTILLA Y LEÓN	63.409.336,54	74.221.634,37	1.834
ILLES BALEARS	46.203.978,25	60.151.772,23	1.210
REGIÓN DE MURCIA	38.677.333,08	51.223.293,97	1.082
CASTILLA-LA MANCHA	35.575.269,27	53.363.925,03	1.098
ASTURIAS	31.213.267,35	34.340.350,97	983
PAÍS VASCO	32.735.580,16	40.547.436,33	871
ARAGÓN	31.586.168,75	37.152.866,85	906
EXTREMADURA	12.038.832,23	16.217.477,51	427
CANTABRIA	11.373.830,97	15.562.863,78	313
NAVARRA	10.758.884,46	20.862.937,13	269
LA RIOJA	6.229.288,59	7.240.468,41	180
TOTAL	1.231.787.134,54	1.633.430.899,07	31.404

- Línea ICO Comercio Interior. Fondo de Ayuda al Comercio Interior (FACI).**

Esta línea de financiación de la Dirección General de Comercio Interior está dotada con 28.922.499,40 euros procedentes de amortizaciones de préstamos y de remanentes de tesorería. Tiene por finalidad apoyar financieramente las actuaciones orientadas a la modernización y mejora de la eficacia y en particular, de las pequeñas y medianas empresas del sector. Está destinada a proyectos de entidades locales, entidades de derecho público y/o empresas públicas dependientes de aquellas, asociaciones de pequeñas y medianas empresas comerciales, las cámaras oficiales de comercio y las pequeñas y medianas empresas del sector del comercio.

Se realizará la convocatoria correspondiente al año 2014 durante el primer semestre del año.

- **Plan Estatal de fomento del alquiler de viviendas, la rehabilitación edificatoria, y la regeneración y renovación urbanas, 2013-2016 (Dirección General de Arquitectura, Vivienda y Suelo del Ministerio de Fomento) (RD 233/2013, de 5 de abril)**

Este plan incluye varios programas de ayudas que tendrán efecto en la dinamización de la actividad comercial, como son:

- **Programa de fomento de la rehabilitación edificatoria (capítulo V del Real Decreto).** Este Programa permite subvencionar la ejecución de obras y trabajos de mantenimiento e intervención en las instalaciones fijas y equipamiento propio, así como en los elementos y espacios privativos comunes, de los edificios de tipología residencial colectiva, que cumplan unos determinados requisitos, incluyendo una subvención por cada 100 m² de superficie útil de locales.
- **Programa de fomento de la regeneración y renovación urbanas (capítulo VI).** Tiene como objeto la financiación de la realización conjunta de obras de rehabilitación en edificios y viviendas, de urbanización o reurbanización de espacios públicos y, en su caso, de edificación en sustitución de edificios demolidos, dentro de ámbitos de actuación previamente delimitados por acuerdo de la Administración competente. Estas obras se realizarán con la finalidad de mejorar los tejidos residenciales, y recuperar funcionalmente conjuntos históricos, centros urbanos, barrios degradados y núcleos rurales.

Pueden subvencionarse por ejemplo obras de urbanización y reurbanización material de los espacios públicos (pavimentación, jardinería, infraestructuras, instalaciones, servicios de abastecimiento de agua, saneamiento, suministro energético, alumbrado, recogida, separación y gestión de residuos, telecomunicaciones y utilización del subsuelo); obras

de mejora de la accesibilidad de los espacios públicos; obras destinadas a mejorar la eficiencia ambiental en materia de agua, energía, uso de materiales y gestión de residuos.

- **Programa para el fomento de ciudades sostenibles y competitivas (capítulo IX).** Su objeto es la financiación de la ejecución de proyectos de especial trascendencia, basados en las líneas estratégicas temáticas, entre las que se incluyen, por ejemplo: Centros y cascos históricos (actuaciones predominantemente de regeneración en centros históricos urbanos y cascos rurales, incluyendo actuaciones de rehabilitación de edificios residenciales y otro uso que cuenten con algún grado de protección patrimonial, mejora del espacio público e impulso de la cohesión social y la revitalización económica) Renovación de áreas funcionalmente obsoletas (actuaciones sobre tejidos con severas condiciones de obsolescencia funcional e inadecuación desde el punto de vista urbanístico y edificatorio, en los que se proponga su renovación funcional y recualificación con usos mixtos, que incluyan actividades económicas) o Zonas turísticas (actuaciones de regeneración, esponjamiento y renovación urbanas en zonas turísticas con síntomas de obsolescencia o degradación, sobrecarga urbanística y ambiental o sobreexplotación de recursos y que planteen una mejora y reconversión de las mismas hacia un modelo turístico más sostenible, competitivo y de mayor calidad).

Todos los Programas se pondrán en marcha durante el primer trimestre del año 2014 en colaboración con las CCAA.

- **Préstamo Participativo de Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA)**

Línea de jóvenes emprendedores: esta línea de financiación está dirigida a dotar de los recursos financieros necesarios a pymes de reciente constitución (24 meses anteriores a la solicitud), con domicilio social en España, creadas por jóvenes (hasta 40 años), para que puedan acometer las inversiones que precisa su proyecto empresarial en la fase inicial, con aportaciones mínimas de los socios vía capital (15% para préstamos de hasta 35.000€, 20% para préstamos entre 35.000€ y 65.000€, 30% para préstamos entre 65.000€ y 75.000€)Ofrece

préstamos participativos hasta un máximo de 75.000 euros con la exclusiva garantía del propio proyecto empresarial. Los proyectos financiables deberán recoger aspectos relacionados con el desarrollo tecnológico y la innovación en el comercio minorista.

En 2014 se continuará apostando por esta línea de financiación para los jóvenes que quieran innovar.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

A 31 de diciembre de 2013 se han concedido 40 préstamos participativos concedidos en esta línea a Pymes relacionadas con el comercio minorista por importe de 1,9 millones de euros.

- **Reafianzamiento de Avales**

A través de la Compañía Española de Reafianzamiento S.A. (CERSA) sociedad instrumental de la Dirección General de Industria y de la PYME, se ofrece el reafianzamiento o cobertura parcial del riesgo asumido por las Sociedades de Garantía Recíproca con las pequeñas y medianas empresas que precisan de garantías adicionales para resolver su problemática financiera, priorizando la financiación de inversiones y proyectos innovadores, así como las microempresas y las de nueva o reciente creación.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

Durante 2013 el sistema de Garantías integrado por las SGR y la Compañía Española de Reafianzamiento S.A. (CERSA) ha concedido avales al sector del comercio minorista (CNAE 471-479) por importe de 47,8 millones de euros de los que 26,64 millones han sido reavalados por CERSA y se han beneficiado 799 Pymes

LÍNEA 4.- PROMOCIÓN COMERCIAL Y REACTIVACIÓN DE LA DEMANDA

MEDIDA 15.- PROMOCIÓN DE LAS PRINCIPALES ÁREAS COMERCIALES

OBJETIVO

Promocionar los ejes comerciales y los centros comerciales abiertos existentes o de nueva creación.

ACCIONES

Se desarrolla a través del Consejo Superior de Cámaras y las Cámaras de Comercio, en el marco del convenio de colaboración suscrito entre la Dirección General de Comercio Interior y el Consejo Superior de Cámaras.

- **Programa de Dinamización de Centros Comerciales Urbanos**, mediante el desarrollo de acciones innovadoras en la prestación de servicios y promoción en los Centros Comerciales Urbanos (CCU):
 - Diseño de estrategias de difusión, comunicación y promoción de carácter innovador.
 - Ejecución de acciones promocionales innovadoras, de forma coordinada entre los proyectos participantes.
 - Puesta en marcha de sistemas de evaluación de las acciones innovadoras desarrolladas en cada CCU participante.
 - Asistencia a reuniones y foros de coordinación de los proyectos participantes.

ACTUACIONES DESARROLLADAS:

En 2013 se han realizado acciones de promoción y dinamización comercial en colaboración con 17 asociaciones y organizaciones de comerciantes que gestionan la prestación de servicios añadidos en entornos comerciales de centro urbano, donde se localizan 6.347 Pymes. Han participado 8 comunidades autónomas: Andalucía, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Islas Baleares, Madrid y Melilla, con un presupuesto de 604.413 €

MEDIDA 16.-PROMOCIÓN DE MERCADOS MUNICIPALES

OBJETIVO

Promocionar los mercados municipales y potenciar su modernización.

ACCIONES

- Desarrollo de **campañas de promoción** de los mercados municipales de la Secretaría de Estado de Comercio en colaboración con Mercasa.

Desde 2012 se vienen realizando una campaña conjunta de la Secretaría de Estado de Comercio y Mercasa, y con la colaboración de las Entidades locales y las comunidades autónomas, que, bajo el lema “Ven a tu Mercado también en Navidad”, tiene como principal objetivo llegar al mayor número posible de consumidores, llamando su atención sobre la oferta que se integra en los Mercados Municipales.

Para dar visibilidad a estas actuaciones se instalan carteles de la campaña en mercados municipales de toda España, y se realizan actuaciones de promoción y comunicación a través de las redes sociales.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

A la campaña de 2013 se adhirieron más de 200 mercados de toda España y se estima en 495.000 el número de impactos en personas en un solo día en toda España y 12.375.000 impactos en los 25 días de duración de la campaña. Por otra parte, se llevó a cabo una promoción en redes sociales de perfil masivo y generalistas, con los siguientes resultados:

- 741 seguidores de la página en Facebook, 174.007 personas han visto el anuncio y se han obtenido 229.088 impresiones (número de veces que el anuncio ha sido visto).
- 290 seguidores en twitter y 114 Tweets
- 39 seguidores en Pinterest

MEDIDA 17- PROMOVER EL USO DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS EN COLABORACIÓN CON LOS COMERCIANTES Y LOS MEDIOS DE PAGO

OBJETIVO

Promover el uso de los medios de pago electrónicos para impulsar las ventas en el sector y trabajar en la reducción de los costes, en colaboración con los sistemas de medios de pago.

ACCIONES

- En el marco del **Observatorio de Pagos con tarjeta electrónica**, se continúa trabajando en el ***Plan de Potenciación del uso de las tarjetas como medio de pago en el comercio/turismo*** con el objetivo de realizar acciones dirigidas a impulsar la utilización de las tarjetas como medio de pago.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

- Se desarrolló una **campana piloto** “El Comercio en tus manos” entre el 27 de septiembre y el 15 de octubre de 2013 en Zaragoza, con el objetivo de impulsar las ventas y el pago con tarjeta en los establecimientos comerciales del centro urbano. Los comercios entregaban vales descuento a los clientes que pagaran con tarjeta, vales que podían ser canjeados en los establecimientos adheridos a la campaña (116 comercios) hasta la fecha de finalización de la misma (15 de Octubre).
- Se realizó una **Promoción de los sistemas de pago contactless**, que permiten realizar compras tan solo acercando la tarjeta al terminal punto de venta de los comercios (TPV/datafonos) facilitando los pequeños pagos en los establecimientos comerciales, con un acto el 3 de septiembre de 2013 en el mercado Sur de Burgos, en colaboración con la Caixa y que contó con la asistencia del Secretario de Estado de Comercio, autoridades locales y regionales y representantes de la Caixa y de los comerciantes.

- Trabajar en la **disminución de las tasas de intercambio** en operaciones de pequeño importe.

Desde instancias comerciales se ha valorado muy positivamente la Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, adoptada el 24 de julio de 2013, sobre las tasas de intercambio para operaciones de pago basadas en una tarjeta, al tiempo que lo considera de suma importancia por la incidencia directa que tiene sobre el sector de la distribución comercial en España.

El Reglamento sobre tasas de intercambio, unido a la Directiva de Servicios de Pago revisada, introduce límites máximos para las tasas de intercambio en las transacciones con tarjetas de débito y de crédito de los consumidores y prohibirá la aplicación de recargos por el uso de estos tipos de tarjetas, estableciendo los siguientes límites para pagos con tarjetas:

- Tarjetas de débito: será del 0,20 % del valor de la transacción.
- Tarjetas de crédito: será del 0,30 % del valor de la transacción.

El Reglamento tendrá alcance y efecto directo, de modo que no se precisará de norma interna de integración alguna. Su aplicabilidad será inmediata y directa desde su publicación en el Diario Oficial de la UE, sin perjuicio del establecimiento, en su caso de los periodos transitorios para su aplicación.

Hasta el momento se está llevando la tramitación de la propuesta de Reglamento en primera lectura en el Parlamento Europeo, a través de la comisión competente, Comisión de Asuntos Económicos y Monetarios del PE (ECON)

La ECON ha designado un «ponente», cuya principal tarea es dirigir la propuesta a lo largo de todas las fases del procedimiento y aconsejar a al Parlamento sobre la posición general que debe adoptarse.

Han sido presentadas enmiendas a través del ponente en el Parlamento Europeo en enero de 2014 con la finalidad de buscar soluciones más eficaces y cercanas a la postura que sostiene el sector comercial respecto a la propuesta original de la Comisión

Es previsible que la propuesta final incorpore algunas de las enmiendas presentadas que son más acordes a los intereses del sector.

- Promoción de la factura electrónica a través del Convenio firmado entre Red.es y el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas para el desarrollo del **plan de implantación y promoción del uso del punto general de entrada de facturas electrónicas** (PGEFe) de la Administración General del Estado

ACTUACIONES DESARROLLADAS:

Desde 2013 se vienen desarrollando acciones de promoción del FACe y adaptación de la aplicación “Gestión de la facturación electrónica” del Ministerio de Industria, Energía y Turismo para su integración con el sistema FACe

MEDIDA 18- PROGRAMAS DE INCENTIVOS SECTORIALES (AUTOMOVIL)

OBJETIVO

Incentivar la demanda de forma selectiva.

ACCIONES

- **Plan PIVE del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.- Programa de Incentivo al Vehículo Eficiente**

En el año 2012 se inició este programa como medida para la reducción del consumo energético, con efectos adicionales positivos en materia ambiental y de seguridad vial. Desde entonces se han realizado cuatro convocatorias (Planes PIVE, PIVE 2, PIVE 3 y PIVE 4), establecidas mediante las Resoluciones de 28 de septiembre de 2012 y 31 de enero de 2013, de la Secretaría de Estado de Energía, Real Decreto 575/2013, de 26 de julio y Real Decreto 830/2013, de 25 de octubre, con el objetivo de sustituir un total aproximado de 295.000 vehículos antiguos con las mismas unidades de vehículos nuevos.

A su vez, estos Planes han permitido atenuar la fuerte caída de las ventas de vehículos en España asociadas a la crisis económica aliviando los efectos

sociales en el sector, y ha supuesto otros efectos positivos en sectores como la publicidad, seguros, talleres, gestorías, concesionarios, etc., así como en el propio Indicador de Precios al Consumo (IPC) que permiten reafirmar lo acertado de su puesta en marcha.

Las previsiones del mercado hacen recomendable mantener este tipo de medidas, intensificando la renovación de la flota nacional para reducir la edad media de la misma con vehículos de alta eficiencia energética, favoreciendo el ahorro energético del sector transporte y mitigando sus efectos negativos sobre el medio ambiente. Así en 2014 se ha realizado una nueva convocatoria PIVE 5 con una dotación de 175 Millones de euros. Se espera renovar 175.000 vehículos y generar un efecto dinamizador sobre la economía española de cerca de 2.000 millones de euros.

- **Plan PIMA Aire 3, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente**

El 28 de febrero se ha aprobado la tercera edición del Plan PIMA Aire, en el que se recogen incentivos para la compra de vehículos de uso comercial o de transporte de mercancías, así como motocicletas, ciclomotores y bicicletas híbridas o eléctricas.

La nueva edición del plan cuenta con un presupuesto de 5,5 millones de euros y se lanza tras el éxito de la primera y la segunda edición, que han permitido renovar 20.000

vehículos comerciales y 9.000 turismos.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

Con los cuatro **Planes PIVE**-desarrollados hasta ahora se han invertido 365 millones de euros y se han renovado 297.000 vehículos.

A ello se une el **Plan PIMA Aire Uno y Dos**, orientados a la renovación de la flota de vehículos comerciales, fundamentalmente de Pymes y autónomos que se desarrolló en 2013 con un presupuesto de 38 millones de euros y que permitió

renovar 20.000 vehículos comerciales y 9.000 turismos.

El año 2013 ha registrado un total de 85.392 matriculaciones, lo que supone un crecimiento del **11,3%**. Este mercado muestra un signo positivo después de dos años de descensos.

Con la puesta en marcha en 2014 del plan **PIVE 5** y el **PIMA AIRE 3** ya se acumulan datos positivos con **más de 50.000 matriculaciones**.

LINEA 5.- RELEVO GENERACIONAL Y EMPRENDEDORES

MEDIDA 19.- APOYO PARA EL EMPRENDIMIENTO: EMPRENDE EN 3 Y PORTAL PYME

OBJETIVO

Promover el emprendimiento en el sector comercial y reducir las cargas administrativas a las empresas a la hora de cumplimentar sus trámites con la Administración.

ACCIONES

- **Emprende en 3.** Emprende en 3 es una iniciativa del Gobierno de España, con la colaboración de las Comunidades Autónomas y de la Federación Española de Municipios y Provincias (F.E.M.P), para agilizar los trámites de creación de empresas y otras comunicaciones relacionadas con los emprendedores y las Administraciones Públicas en el ámbito local, mediante servicios de Administración Electrónica. Este proyecto forma parte de un conjunto de iniciativas aprobadas por Acuerdo del Consejo de Ministro del 24 de Mayo de 2013, para impulsar y agilizar los trámites para el inicio de la actividad empresarial.

Las condiciones de uso de la plataforma se establecen mediante Resolución de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas de 31 de mayo de 2013, publicada en el BOE del 4 de Junio, y modificadas en la resolución de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas de 22 de enero de 2014.

Consiste en una plataforma desarrollada con la participación de la Administración General del Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, representadas por la Federación Española de Municipios y Provincias. En el marco de esta iniciativa, se ha trabajado con el objeto de que la declaración responsable tipo pueda utilizarse de modo telemático por cualquier ayuntamiento que se adhiera al proyecto Emprende en 3.

Por su parte, las Entidades Locales pueden adherirse a la Plataforma Tecnológica Emprende en 3 según lo aprueben sus órganos de gobierno, permitiendo, a partir de ese momento, la tramitación completa de la creación de empresas a través de este sistema en todas aquellas entidades locales integradas. El procedimiento de adhesión es muy sencillo, se realiza de manera telemática, y supone un gran avance en cuanto a la dinamización e impulso del negocio en el municipio, pues favorece la creación de empresas de manera rápida y normalizada.

En este sentido, se ha procedido a conectar el sistema de tramitación telemática de creación de empresas del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (CIRCE – Centro de Información y Red de Creación de Empresas) con el portal de entidades locales de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, para que la declaración responsable de comercio, se inserte en el proceso telemático dentro del procedimiento mismo de creación de la empresa, para la actividades que estén incluidas en el ámbito de aplicación de la Ley 12/2012

Se ha iniciado en 2014, en colaboración con la FEMP, un proceso de **actualización tanto de la Ordenanza Tipo como de la Declaración Responsable** puestas a disposición de los Ayuntamientos, con el objeto de adaptarlas a las variaciones habidas en la Ley 12/2012, como consecuencia de las modificaciones introducidas por la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, así como por la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de Garantía de Unidad de Mercado.

Así mismo, y derivada de la publicación de las nuevas condiciones de uso, en enero de 2014, la plataforma se ofrece de forma flexible a las Comunidades Autónomas, con el objetivo de adaptar la misma a las normativas sectoriales y garantizar la plena aplicación en el ámbito local, siempre en el marco de la disposición adicional décima de la Ley 12/2012.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

Durante 2013 se han adherido 62 Ayuntamientos y se ha realizado una amplia difusión a través de las CCAA y los foros de emprendimiento.

- **Portal Pyme.**

La Dirección General de Industria y de la Pyme gestiona esta página web que contiene información de interés para las empresas, especialmente una base de datos de ayudas y subvenciones a nivel nacional, y guías de ayudas e incentivos de Pymes. Esta herramienta es gratuita y permite a los usuarios almacenar sus consultas, recibiendo diariamente información en su correo electrónico.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

Durante 2013 Se han desarrollado siete **guías de ayudas e incentivos a PYMES.**

MEDIDA 20.- PROGRAMA DE RELEVO EN EL COMERCIO

OBJETIVO

Promover la continuidad de las empresas viables y el relevo en el comercio

ACCIONES

- **Programa de Relevo en el Comercio.**

A través del Consejo Superior de Cámaras y las Cámaras de Comercio, como consecuencia del convenio de colaboración suscrito entre la Dirección General de Comercio Interior y el Consejo Superior de Cámaras, en 2014 se ofrecerá una orientación especializada a los emprendedores del comercio, enfocada a promover la continuidad empresarial de negocios viables: información sobre la compraventa, transmisión y traspaso de empresas y locales comerciales.

El programa se desarrolla a través de:

- Un **servicio de asistencia e información** prestado a los emprendedores del comercio orientado al análisis de su plan de empresa, modelo de negocio, viabilidad económico-financiera, decisiones entorno a la localización y elección de los locales adecuados.

- **Acciones individuales:** Prestadas a cada pyme comercial participante mediante un *Diagnóstico de Viabilidad para la continuidad empresarial*: A aquellas pymes comerciales que busquen una propuesta de transmisión o continuidad empresarial, se les realizará un diagnóstico en el que se revisarán los aspectos financieros, estructurales y sectoriales de la empresa con el fin de cualificar su viabilidad. También se elaborará una ficha ciega, un dossier de empresa y un filtro de potenciales compradores y se ofrecerá asesoramiento para el cierre de la compraventa o traspaso.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

En El programa desarrollado en 2013 han participado 14 comunidades autónomas (Andalucía, Aragón, Asturias, Canarias, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Comunidad Foral de Navarra, País Vasco y Región de Murcia) y 62 Cámaras de Comercio. Con un presupuesto de 422.362 euros se han asesorado a 1.735 emprendedores, se han realizado 61 dossiers de continuidad empresarial y 12 asistencias traspaso de negocios

LÍNEA 6.- COMERCIO Y TURISMO

MEDIDA 21- PROMOCIÓN DEL TURISMO DE COMPRAS EN EL EXTERIOR ESTABLECIENDO ACUERDOS CON MARCAS Y COMERCIOS DE PRESTIGIO, POTENCIANDO LA INFORMACIÓN ON-LINE Y EN DISPOSITIVOS MOVILES (APPS) E IMPULSANDO LA PARTICIPACION DE LAS MARCAS Y COMERCIO DE PRESTIGIO INTERNACIONAL EN LA PLATAFORMA DE FIDELIZACION DE TURESPAÑA.

OBJETIVOS

Desarrollar el turismo de compras propiamente dicho, cuyos consumidores planifican sus viajes con la motivación principal de adquirir productos, entre los que destacan moda y complementos. Esta demanda, de alto poder adquisitivo, focaliza su atención sobre la adquisición de productos de marcas de lujo de reconocimiento internacional y, por tanto, se centra en zonas donde proliferan este tipo de comercios, con independencia del resto de recursos turísticos que pueda presentar la zona. Este tipo de turismo tiene a China, Rusia o Brasil como varios de sus principales mercados emisores.

Desarrollar la actividad de compras en los perfiles de turistas con otras motivaciones principales de viaje, como puede ser la cultural, la urbana en sentido amplio, con especial atención al modelo de *city-break*, o la de disfrutar de las costas, con especial atención al desarrollo de deportes náuticos.

ACCIONES

Turespaña, llevará a cabo las siguientes acciones en este ámbito

- **Establecer acuerdos con marcas comerciales españolas internacionalizadas y comercios de prestigio.**

Esta línea de nuevas alianzas, además de redundar en un incremento de la facturación a turistas en sus establecimientos nacionales, permite vincular las imágenes de marca comerciales con la marca turística del país, lo cual permitirá afianzar la imagen de España como destino de compras. La estrategia para el

desarrollo del turismo de compras en España tiene uno de sus aspectos más novedosos y fundamentales en la colaboración con marcas comerciales españolas internacionalizadas.

En 2014 se iniciará la colaboración con el ICEX en el segmento de las compras con el fin de potenciar la imagen de España como destino de compras entre los mercados que mayor importancia conceden a este aspecto:

- **Viaje de prensa VIP *Spain Shopping e Rusia*** que se pretende sea el proyecto piloto de colaboración con marcas comerciales españolas.

Se diseñará un nuevo modelo de programa que ajuste las facetas turísticas y de moda/diseño, para lo cual se buscará la colaboración de:

- Entidades de promoción turística locales, encargadas de descubrir a los periodistas las zonas comerciales de su ciudad.
- Marcas comerciales. Se pretende que incrementen el valor del viaje organizando actividades especiales y “memorables” en torno a las mismas.

También se buscará la participación de otros actores importantes en el turismo de compras

- **Brasil: Jornadas Inversas con el mercado brasileño orientadas al segmento Lujo:** se invitará a España a un grupo de agentes que cuenten con una cartera de clientes con alto poder adquisitivo, procedentes del mercado brasileño, con el doble objetivo de:
 - Organizar encuentros comerciales con la oferta española especializada en turismo de lujo.
 - Organizar postours que permitan a los agentes profundizar en el conocimiento de la oferta de lujo existente en varias ciudades españolas.

En ambos aspectos, el componente de “compras” estará muy presente, dado que el mercado brasileño es uno de los más destacados en lo que a turismo de compras se refiere.

Su realización se prevé en septiembre de 2014

- **Sudeste Asiático:** De acuerdo con los datos de GLOBAL BLUE, hay tres mercados del Sudeste Asiático que de forma recurrente figuran entre los de gasto más elevado en destino: Tailandia, Singapur e Indonesia. Como en el caso de Rusia, se propone un viaje de prensa multimercado donde el componente “shopping” sea el hilo conductor del programa.
- Se planificarán durante 2014 otras jornadas en las que se incluirá el componente shopping como oferta complementaria en otras actividades planificadas por Servicios Centrales (como las Jornadas Directas orientadas a turismo vacacional que tendrán lugar en China en primavera de 2014) o las Consejerías Españolas de Turismo en sus respectivos mercados.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

Las principales acciones desarrolladas en 2013 fueron:

- **Jornada sobre las claves de competitividad para el turismo chino.** Realizada el día 28 de noviembre.
- **Jornadas Directas en los países del Golfo,** con un importante componente de shopping como producto atractivo para estos mercados emisores.
- **Las Consejerías de Turismo** (Londres, México, Singapur París, Viena, Buenos Aires, Cantón, Estocolmo, Frankfurt, La Haya, Lisboa, Berlín, Oslo, Tokio, Varsovia, etc.) han realizado distintas acciones centradas básicamente en **shopping como producto eje** y han puesto en marcha **seminarios de formación de agentes sobre la oferta turística española en la que se incluía el componente de las compras**, inserciones en publicaciones, así como viajes de prensa y blogueros para promoción de la moda y las compras en España.

MEDIDA 22.- IMPULSAR RUTAS Y ÁREAS TURÍSTICAS COMERCIALES

OBJETIVO

Potenciar las zonas turísticas comerciales

ACCIONES

- Proyecto **Destinos Turísticos Inteligentes**.

La Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A. (SEGITTUR) en colaboración con los Ayuntamientos, desarrolla un Proyecto de impulso a la incorporación de tecnología de vanguardia en los destinos turísticos para mejorar la experiencia del turista, potenciar el emprendimiento, aumentar la calidad de vida del residente y mejorar la gestión del destino

"**Smart Destination**" es un espacio turístico consolidado sobre la base de una infraestructura tecnológica de vanguardia, un sistema de inteligencia que capta la información, analiza y comprende los acontecimientos en tiempo real, para facilitar la toma de decisiones y la interacción del visitante con en el entorno turístico. Representa la creación de un espacio digital innovador comprometido con los factores medioambientales de su hábitat, capaz de fomentar la capacidad productiva del sector privado e incrementar la calidad de vida.

- Por su parte red.es creará un **Centro Demostrador de referencia internacional en materia de Innovación Turística** que sirva como centro de encuentro entre grandes corporaciones, PYME, emprendedores e inversores, impulse el diseño, desarrollo, difusión y validación de aplicaciones y soluciones TIC a lo largo de toda la cadena de valor del sector turístico y que contribuya al desarrollo de destinos turísticos inteligentes (Smart Destinations). El Centro Demostrador se ubicará en Las Palmas de Gran Canaria
- Se continua trabajando para incluir comercios y restaurantes en las **Apps móviles "Guía de destino"** de los 11 destinos piloto que se iniciaron en 2013, con información sobre direcciones, horarios, oferta de productos y servicios y

campañas. Ya se han presentado oficialmente en 2013 las Guías de Destino: "Experience Spain Palma/Mallorca" (19 de julio), " Experience Spain Villajoyosa" (22 de noviembre) y "Experience Spain Castelldefels" (3 de diciembre). A partir del 1 de enero estos destinos tienen acceso a la herramienta para comenzar a introducir los datos de los comercios y rutas comerciales que deseen incorporar a la guía de destino.

- **Madrid Precious Time:** Proyecto piloto liderado por la OMT en coordinación con el Ayuntamiento de Madrid ligado a la innovación en el Turismo Urbano y de Compras. El objetivo final es llevar a cabo un ejercicio práctico en innovación y tecnología en la experiencia del turista en Madrid ligado a turismo de compras, permitiendo posicionar Madrid como un destino Premium. Se ha presentado en FITUR 2014
- Se está desarrollando una **aplicación "Shopping App"** ligada específicamente a las zonas comerciales de los destinos turísticos. Esta tecnología servirá para dar herramientas a los minoristas con dos objetivos: posicionarse con una tecnología vanguardista en los dispositivos móviles de los turistas (nacionales e internacionales) de forma que podría enviar noticias, descuentos, promociones, etc. a todos aquellos usuarios /clientes que utilizaran la App. Los comercios tendrán acceso a los datos generados por la aplicación y así podrán entender pautas de comportamiento de dichos clientes para adecuar su oferta e incluso personalizarla.
- **App móvil e-Parking.** Esta App multilingüe, orientada para residentes y turistas, permitirá identificar las plazas disponibles en los parkings de la SMAP (Sociedad Municipal de Aparcamientos y Proyectos de Palma) y se habilitará una tarjeta virtual para el pago móvil. Esta App mejorará la experiencia de compra de los visitantes. La App móvil definitiva (integrada con los parkings de la SMAP y habilitado el pago móvil) estará disponible para Android el 31 de marzo de 2014 y para IOs el 30 de abril
- Proyecto piloto de **comercialización de experiencias turísticas** a través del portal www.spain.info (SEGITTUR). Se están identificando distintos proveedores

de experiencias relacionadas con el turismo de compras y el turismo gastronómico en nuestro país, con el fin de proceder a su comercialización a través del portal oficial de turismo de España www.spain.info. Con la promoción de esta oferta de producto turístico diferencial a los turistas extranjeros que visitan nuestro país, y que consultan dicho portal antes o durante su viaje a España, estamos apoyando que se incremente la actividad de los comercios minoristas relacionados con el turismo de compras (tours de compras personalizados, personal shoppers, etc.) y de turismo gastronómico (tours de tapas; talleres de cocina, pastelería, cocktails, etc.; catas de vinos, jamón, aceite, etc.; reservas en restaurantes con estrellas Michelin; etc.) de nuestros distintos destinos.

Desde enero de 2014 los proyectos piloto de La Palma y de ecoturismo en la Sierra de Gredos comercializan estas experiencias. A lo largo del primer semestre de 2014 se incorporarán nuevos destinos en toda la geografía nacional

ACTUACIONES DESARROLLADAS

- En 2013 se han desarrollado 11 proyectos pilotos en los destinos turísticos: Palma de Mallorca, El Hierro, Santiago de Compostela, Casteldefels (Barcelona), Las Palmas de G. Canaria, la Gomera, Haro (La Rioja), la Axarquía (Málaga), Badajoz-Elvas, Villajoyosa (Alicante) y Jaca (Huesca), en los cuales se facilita a los turistas **guías virtuales para móviles y tabletas**, donde pueden acceder a información actualizada sobre el destino y realizar gestiones.
- Se han presentado oficialmente las **Guías de Destino**: "Experience Spain Palma/Mallorca" {19 de julio), " Experience Spain Villajoyosa" {22 de noviembre) y "Experience Spain Castelldefels" {3 de diciembre).
- **Madrid Precious Time** (SEGITTUR) Proyecto piloto liderado por la OMT en coordinación con el Ayuntamiento de Madrid ligado a la innovación en el Turismo Urbano y de Compras.
El objetivo es llevar a cabo un ejercicio práctico en innovación y tecnología en la experiencia del turista en Madrid ligado a turismo de compras, permitiendo posicionar Madrid como un destino Premium.
Segittur aporta su conocimiento para el desarrollo de la aplicación móvil "Madrid Precious Time".

LÍNEA 7.- SEGURIDAD

MEDIDA 23.-INFORMACIÓN Y ASISTENCIA AL SECTOR SOBRE LAS MEDIDAS Y PREVENCIONES PARA MEJORAR LA SEGURIDAD EN LAS ÁREAS COMERCIALES

OBJETIVO

Proporcionar un entorno seguro para el comercio, apoyando activamente las actuaciones desplegadas en el sector por el Gobierno y las Administraciones Autonómica y Local.

ACCIONES

- El **Plan Estratégico del Cuerpo Nacional de Policía 2013-2016** contempla específicamente la protección de la economía como uno de los aspectos esenciales de la seguridad, concretamente el área funcional de Seguridad Económica y Comercio Seguro tiene como objetivo principal proteger los derechos de propiedad intelectual e industrial, mediante la persecución de las importaciones fraudulentas y la venta ambulante ilícita.
- **Incrementar la seguridad ciudadana** en aquellos espacios y lugares de mayor riesgo para la seguridad de los comerciantes.

El Cuerpo Nacional de Policía, a través de todas las Comisarías Provinciales, Locales y de Distrito, con la participación de las Brigadas de Seguridad Ciudadana, Policía Judicial y los 217 delegados de Participación Ciudadana existentes en las plantillas, impulsa la ejecución en todo el territorio nacional del **“Plan Comercio Seguro”**, gracias a los contactos periódicos con el sector comercial de cada ámbito territorial se informan sobre los problemas y planteamientos de los ciudadanos en materia de seguridad, lo que permite desarrollar una respuesta adecuada a los mismos.

Además, cada Jefatura Superior de Policía establecerá el dispositivo policial operativo oportuno teniendo en cuenta las fechas en las que tradicionalmente se efectúan mayor número de transacciones comerciales.

- Elaboración de **guías prácticas de seguridad y trípticos** con los principales consejos preventivos de seguridad dirigidos a comerciantes. La difusión de los mismos y de la información que contienen se realiza a través de los canales de comunicación de la Dirección General de Comercio Interior, a través de los delegados de participación ciudadana y otros canales de la Policía Nacional y a través de la página web de la "Unión de Asociaciones de Estanqueros de España", www.union-estanqueros.com que tendrá un enlace directo con la Guía de Comercio Seguro.

En 2014 se elaborará un "**Tríptico de comercio seguro**" donde se expondrá un decálogo de consejos de seguridad dirigido al comerciante y que tendrá su traducción al idioma chino, al igual que la "Guía Comercio Seguro".

En colaboración con la "**Unión de Asociaciones de Estanqueros de España**" se dará a conocer la "Guía Comercio Seguro" en la revista editada por la asociación "Mundo Estanco", con una tirada nacional de unos 13.000 ejemplares.

- A la vista de las demandas del sector y del estudio de la problemática delictiva, se lanza un **Plan** que ha comenzado el 1 de enero de 2014 **para aglutinar todas las actividades relacionadas con la seguridad** que estaban realizando de forma individual las distintas Comandancias de la Guardia Civil, con el objetivo de llevar a cabo **estrategias globales** que permitan interaccionar de forma general con los responsables del sector. Este Plan se focalizará en el estudio de medidas específicas para mejorar la seguridad del comercio, que se obtendrán tanto de las reuniones periódicas con responsables de asociaciones y colectivos, así como del estudio y análisis nacional de la problemática delictiva específica en este ámbito.
- La Guardia Civil continuará desarrollando las actuaciones previstas en el "Plan para la mejora de la seguridad en el Sector del Comercio", puesto en marcha a finales de 2.013. Dentro del mismo, destaca la realización de las siguientes acciones:

El incremento del número de servicios a prestar en aquellos espacios y lugares de mayor riesgo para la seguridad de los comerciantes. Todo ello, de acuerdo al análisis del mapa delincencial específico de actividades delictivas que hayan tenido como sujeto pasivo, tanto a personas relacionadas con este colectivo, como a los propios usuarios de los establecimientos.

A nivel Comandancia se establecerán los dispositivos necesarios para reforzar la seguridad de aquellas zonas que, en determinado momento, puedan ser susceptibles de una mayor actividad delictiva.

El establecimiento de nuevos canales de comunicación, que faciliten la utilización de las nuevas tecnologías y favorezcan el intercambio fluido de información entre los destinatarios del Plan y las Unidades del Cuerpo.

La celebración de un **mayor número de entrevistas** que el pasado año, para explicar el contenido del Plan y transmitir consejos de seguridad que dificulten a quienes delinquen seguir llevando a cabo este tipo de actividades. A este respecto, se tratará, al igual que en ha sido expuesto en el párrafo anterior, el uso de las nuevas tecnologías y canales de comunicación con la finalidad de extender en lo posible la audiencia receptora.

La mejora en la formación de los Agentes dedicados a la investigación a través de acciones formativas específicamente destinadas al tratamiento de este tipo de actividades delictivas.

Se coadyuvará a la mejora de la seguridad integral en el del sector del comercio mediante la potenciación de las actividades investigativas destinadas a esclarecer posibles fraudes fiscales tendentes a la creación de un marco de competencia desleal.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

- En 2013 se ha elaborado la "Guía de Comercio Seguro" donde se detallan consejos para mejorar la seguridad en los comercios. Se han distribuido más de 1.000 Guías impresas entre los comerciantes y se ha divulgado además su versión digital por correo electrónico y mediante los distintos perfiles del Cuerpo Nacional de Policía en las redes sociales y en las páginas web www.policia.es y www.mineco.es
- Se ha traducido al chino y se ha hecho difusión, en cinco periódicos chinos de edición nacional, de las medidas establecidas en la "Guía Comercio Seguro", y también a través de la red social empleada por estos nacionales denominada WECHAT.
- Se ha realizado un video del Plan Comercio Seguro que puede verse a través del enlace http://www.policia.es/prensa/20130724_3.html
- El Cuerpo Nacional de Policía puso en marcha el "Dispositivo Operativo Comercio Seguro, periodo navideño 2013-2014" a nivel nacional, activándose del 1 de diciembre al 8 de enero. Los servicios se intensifican en las franjas horarias de mayor actividad comercial y afluencia de público con patrullas uniformadas y de paisano. En esta fase se implica a las policías locales y se interesa la colaboración del personal de seguridad privada.
- Se volverá a publicar dentro de los 5 periódicos en idioma chino, la "Guía de Comercio Seguro" para continuar la labor de concienciación en el tema de la seguridad dentro de la comunidad china del gremio del comercio.
- Dentro de la actividad preventiva desarrollada por sus patrullas de seguridad ciudadana se han establecido puntos de vigilancia habituales en los establecimientos comerciales. Se han realizado más de 100.000 servicios a lo largo de 2013 relacionados con la seguridad en el sector, además de celebrar reuniones con asociaciones y colectivos con el fin de mejorar el "factor seguridad" y contribuir a la competitividad en este ámbito económico.
- La Guardia Civil puso en marcha, el pasado 11 de diciembre de 2013, el "Plan para la mejora de la Seguridad en el Sector del Comercio", con el fin de incrementar, en todo el territorio nacional, la seguridad en este sector, a través de colaboraciones y contactos, dispositivos preventivos y reactivos, así como acciones de investigación especialmente focalizadas al esclarecimiento de este tipo de hechos delictivos. Desde la puesta en marcha del citado Plan han sido

prestados cerca de 7.500 servicios.

- La Guardia Civil ha conocido 57.016 infracciones penales cometidas contra este sector en 2013, de las que 26.542 han sido consideradas como delitos y 31.474 como faltas.
- A nivel Comandancia (provincial) se han realizado dispositivos preventivos en las zonas donde se ubican establecimientos comerciales, prestando especial atención a las fechas y franjas horarias donde los mapas delincuenciales y estudios criminológicos indican que existe una mayor probabilidad de incidencia delictiva. Asimismo, en relación con el número de servicios, se han llevado a cabo alrededor de 7.500 desde la puesta en marcha del citado Plan.
- Se han establecido canales de comunicación fluidos con los miembros del colectivo afectado, a fin de favorecer el intercambio de información. En relación con ello, han sido mantenidas numerosas reuniones para dar a conocer el contenido del Plan a los comerciantes y trabajadores del sector. Asimismo, aprovechando la realización de este tipo de contactos, se han difundido consejos de seguridad a tener en cuenta por parte de los afectados.
- Se han agilizado los tiempos de respuesta de las patrullas actuantes ante los requerimientos efectuados, en base al estudio de los mapas delincuenciales que reflejan la problemática sufrida por parte de este sector, con la idea de mejorar el servicio por medio de la optimizando los recursos disponibles.
- Se han celebrado numerosos contactos, a través del Plan Coopera de la Guardia Civil, con aquellas empresas que dispongan de Departamentos de Seguridad, con la finalidad de coordinar sus actividades con las propias de la Guardia Civil en cumplimiento de los cometidos asignados en el Plan.
- Se ha impulsado la difusión de noticias dando a conocer el contenido del Plan y los resultados derivados de las operaciones llevadas a cabo en relación con el mismo.
- En relación con la actividad investigativa, la Guardia Civil no sólo ha centrado sus esfuerzos en el ámbito de los ilícitos contra el patrimonio, sino también lo ha hecho extensivo en los ilícitos contra el orden socioeconómico. En concreto, a aquellos delitos que contribuyen de manera negativa al establecimiento de un marco de competencia desleal a través del fraude fiscal y a la seguridad social.
- Se ha impulsado la creación de un procedimiento de análisis de lecciones

aprendidas, en el que han participado no sólo miembros de la Guardia Civil, sino agentes externos, aportando información y experiencia de gran utilidad, con el fin de mejorar los métodos de investigación establecidos.

MEDIDA 24.- REFORMA DEL CÓDIGO PENAL

OBJETIVO

Reducir la comisión de delitos contra el sector comercial

ACCIONES

El Ministerio de Justicia ha trabajado en el proyecto de reforma del Código Penal cuyo objetivo en lo que se refiere a nuestro sector es garantizar su seguridad mediante el agravamiento de los tipos delictivos que les afectan de forma singular dando respuesta a las propuestas del propio sector

El Proyecto de Ley de reforma del Código Penal, que fue aprobado por el Consejo de Ministros de 20 de septiembre de 2013, será aprobado por el Parlamento en 2014.

Las modificaciones que afectan al sector que se van a introducir se pueden resumir en

- **Se suprime la falta de hurto para incluirla como delito de hurto con penas.** Se configura como delito leve con pena de multa de uno a tres meses si resultara el hecho de escasa gravedad por el escaso valor de los bienes sustraídos y la situación económica de la víctima, no considerándose de escasa gravedad los casos en los que lo sustraído supere los 1.000 euros o en los que concurriesen circunstancias agravantes.
- Para ofrecer una respuesta adecuada a la **multirreincidencia y la delincuencia grave respecto de los delitos patrimoniales**, se regula un supuesto agravado aplicable a la delincuencia profesional y organizada: se prevé que se pueda

condenar con el tipo agravado a penas de dos a cuatro años o, para el caso de delito de robo, de dos a cinco años.

- En dicha respuesta a la multirreincidencia se prevé también la imposición de medidas de seguridad en el caso de delincuentes patrimoniales peligrosos.
- Se modifica el **catálogo de agravantes específicas de los delitos patrimoniales** que pasan a ser aplicables a los delitos de hurto y a todas las modalidades de robo: situación de desamparo de la víctima, situaciones de catástrofe o calamidad pública, profesionalidad, utilización de menores de edad, porte de armas y actuación conjunta de varios miembros de un grupo u organización dedicada a la comisión de estos delitos.
- El **robo con fuerza** pasa a incluir –además del modo de comisión- los supuestos en los que la fuerza se utiliza para abandonar el lugar con el botín. Se incluye un supuesto agravado de robo con fuerza determinado por el modo de comisión (butrones, alunizajes) o la gravedad de los daños causados y en la regulación del robo con violencia se introduce un supuesto agravado para los casos de delitos cometidos en establecimiento abierto al público.
- Entre las **modalidades agravadas del delito de estafa** se incluyen la actuación del delincuente profesional, la comisión del delito por miembros de un grupo u organización criminal y la defraudación a una pluralidad de personas.

LÍNEA 8.- MEDIDAS LEGISLATIVAS DE IMPULSO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DE ELIMINACIÓN DE BARRERAS

MEDIDA 25.- FLEXIBILIZACIÓN DE HORARIOS COMERCIALES

OBJETIVO

Flexibilizar la estructura productiva de España, reforzar los elementos de competencia en el sector de la distribución minorista y mejorar la productividad y la eficiencia en la distribución comercial minorista.

ACCIONES

Se ha introducido¹ una **mayor libertad de horarios y de apertura comercial en domingos y festivos** fijando criterios que deberán seguirse por las Comunidades Autónomas en su determinación. Además se regula el concepto de **Zona de Gran Afluencia Turística**, introduciendo criterios básicos para su delimitación, que corresponderá aplicar a las Comunidades Autónomas.

Por último, se modifica el régimen de actividades de promoción de ventas con el fin de aumentar la productividad, la competencia efectiva y la eficiencia en la distribución comercial.

Durante 2014 está previsto avanzar el proceso de liberalización en esta materia, que fue impulsado por el Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad. Con la mencionada norma se definieron por primera vez criterios básicos para la determinación de las zonas de gran afluencia turística (ZGAT'S) y se estableció la obligación de que las Comunidades Autónomas procedieran a la declaración de, al menos, una zona de gran afluencia turística en los municipios que figuran en el anexo del citado Decreto-

¹ Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.

ley (14 municipios de más de 200.000 habitantes, con elevada ocupación hotelera o elevado número de pasajeros en cruceros turísticos).

Se avanzará en la declaración de nuevas zonas de gran afluencia turística en aquellos municipios de atractivo turístico y comercial, ampliando la libertad horaria a un mayor número de ciudades en toda España y garantizando, al mismo tiempo, la aplicación de la reforma operada por el Decreto-Ley 20/2012.

ACTUACIONES DESARROLLADAS:

Se han producido las declaraciones de Zonas de Gran Afluencia Turística con arreglo a lo dispuesto en el RDL 20/2012, y en especial, en 12 municipios designados por el Anexo de la Norma (Madrid, Palma de Mallorca, Sevilla, Valencia, Granada, Málaga, Alicante, Zaragoza, Córdoba, Las Palmas GC, Cartagena y Sta. Cruz Tenerife), a excepción de los municipios de Barcelona y Bilbao. En total, existen hasta la fecha, 698 ZGATs que corresponden a 530 municipios.

MEDIDA 26.- ELIMINACIÓN DE BARRERAS, AUTORIZACIONES Y TRABAS ADMINISTRATIVAS AL INICIO Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

OBJETIVO

Facilitar la actividad económica y eliminar los obstáculos que impiden el desarrollo de la iniciativa empresarial en el ámbito del comercio.

ACCIONES

Se ha continuado eliminando cargas administrativas y trabas, la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su Internacionalización, ha incluido 43 nuevas actividades en el anexo de la Ley 12/2012, que se suman a los 45 ya incluidos en el catálogo y se eleva el umbral de 300 a 500 metros². El umbral se ha elevado a 750 por enmienda en la ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de unidad de mercado.

El texto del **régimen de procedimiento sancionador de la Ley 12/2012**, será incorporado en el anteproyecto de Ley Financiera, que será aprobado en el primer trimestre de 2014.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

Desde la aplicación de la Ley 12/2012 es evidente un incremento en casi todos los epígrafes del impuesto de actividades económicas (IAE). Para establecimientos con superficie inferior o igual a 300 metros cuadrados, en actividades de comercio minorista, los datos reflejan que a partir del 27 de mayo (fecha en que entró en vigor el Real Decreto-ley 19/2012) hasta fin del año 2012, se produjeron 6.955 actividades comerciales más que en el mismo periodo del año anterior.

Del 1 de enero al 26 de octubre de 2013 se produjeron 29.194 altas de actividades incluidas en la Ley 12/2012 más que en el mismo periodo de 2012. De ellas, 16.368 eran actividades de comercio y 12.826 eran actividades de servicios.

MEDIDA 27.-PROMOVER LA UNIDAD DEL MERCADO EN EL ÁMBITO DEL SECTOR COMERCIAL, SIMPLIFICANDO LA REGULACIÓN DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD

OBJETIVO

Resolver los problemas de competencia y competitividad derivados de la dispersión normativa.

ACCIONES

Plan de racionalización normativa: en el marco de los trabajos incluidos en el programa de Garantía de Unidad de Mercado, el 8 de noviembre de 2013 se presentó en el Consejo de Ministros el Plan de Racionalización Normativa. En 2014 se desarrollará la fase de elaboración del Plan de Evaluación normativa para el área de Comercio. Dicho plan que parte, del análisis de la normativa que afecta nuestro sector para identificar los posibles obstáculos a la unidad de mercado, ha finalizado su fase inicial con la identificación y evaluación de normas por parte de la

Administración General del Estado de las que, en términos globales, un 34% son estatales y un 66% de rango autonómico. De acuerdo con el mandato contenido en la disposición adicional octava de la Ley de Garantía de Unidad de Mercado, y con el fin de garantizar la cooperación en el marco de las Conferencias Sectoriales correspondientes, estas serán convocadas en el plazo de tres meses a partir de la entrada en vigor de la Ley para que se analicen estos resultados y se fije con las CCAA el programa de trabajo para la anualidad correspondiente.

Así, para poder acometer esta etapa en coordinación con todas las Comunidades y Ciudades autónomas, las materias en las que se han detectado aspectos susceptibles de revisión conforme a la Ley, y en las que se trabajará conjuntamente son las siguientes:

1. Implantación de establecimientos comerciales
2. Ayudas, subvenciones y acciones de fomento de determinadas actividades comerciales
3. Actividades feriales
4. Actividades artesanales.

A su vez, dentro de los bloques de materias 1, 3 y 4 se hacen las siguientes divisiones por concepto:

- 1) Implantación de establecimientos comerciales: diversidad de umbrales de superficie para la determinación de procedimientos de intervención en lo que se refiere a medianos y grandes establecimientos comerciales; simplificación de los procedimientos (plazos, requisitos e informes), exigencia y adecuación de requisitos y procedimiento a los principios de necesidad y proporcionalidad, simplificación de cargas y garantía de las libertades de los operadores económicos.
- 2) Actividades feriales (ferias oficiales): conexión de los distintos registros de ferias comerciales; concepto de feria; requisitos generales y procedimiento para la celebración de ferias; composición y funciones de órganos consultivos en materia de ferias; y régimen sancionador en materia de ferias.
- 3) Actividad artesanal: conexión de los registros de artesanía, concepto de artesano; procedimiento estándar para el reconocimiento de la condición de artesano;

declaración de zonas, áreas de interés artesanal; procedimiento para el otorgamiento de distintivos acreditativos de artesanía; composición y funciones de órganos consultivos en materia de artesanía; requisitos para el ejercicio de la actividad artesanal y régimen sancionador en materia artesanal.

En Conferencia Sectorial en el primer trimestre de 2014, se aprobará el **Programa de Evaluación consensuado entre la Administración General del Estado y las Comunidades Autónomas**, que contendrá el Plan anual de revisión normativa para cada comunidad autónoma.

ACTUACIONES DESARROLLADAS:

Ha tenido lugar una primera reunión preparatoria de la Conferencia Sectorial el 23 de enero de 2014, se ha hecho llegar un cuestionario que cada CA deberá cumplimentar donde se contenga la información actualizada sobre las normas autonómicas que regulan los procedimientos de apertura de establecimientos comerciales, los requisitos exigidos, los trámites a seguir, los plazos establecidos para la tramitación del procedimiento, etc. para el análisis conjunto y la propuesta de medidas a adoptar para la remoción de trabas, la simplificación y la armonización de procedimientos.

LINEA 9.- INTERNACIONALIZACIÓN

MEDIDA 28.- APOYAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL COMERCIO Y LOS SERVICIOS

OBJETIVO

Promover, a través de ICEX España Exportación e Inversiones, la apertura de establecimientos y el aumento de la facturación y el empleo en el exterior

ACCIONES

- **Programa ICEX Next:** proporciona apoyo a las empresas españolas en la internacionalización de su negocio o en la consolidación de su presencia en el exterior, ofreciendo asesoramiento especializado y apoyo económico para gastos de prospección, promoción exterior y contratación de personal para el departamento internacional.

El comercio minorista recibe un tratamiento específico en función de las posibles vías de internacionalización de la empresa:

- Franquicia
- Tiendas y marca propia
- Tiendas multimarca
- A través de plataformas online

ICEX cofinancia el 50% de los gastos realizados por la empresa siendo el apoyo total máximo de 12.700 euros.

- **Participación en ferias internacionales**

Las empresas que se internacionalizan vía franquicia pueden beneficiarse también del programa de participaciones en principales ferias especializadas para el sector de la franquicia,.

Las empresas que se internacionalizan vía tiendas y marca propia pueden participar en las principales ferias internacionales de sus sectores, tanto en los

pabellones oficiales que organiza ICEX como en las participaciones agrupadas, coordinadas por las asociaciones.

Entre los diferentes sectores del comercio minorista que se internacionalizan vía tiendas propias, cabe destacar el sector de la moda (calzado, prendas de vestir, joyería, bisutería y marroquinería). Pueden participar en los Pabellones Oficiales, organizados por ICEX, que consisten en la participación conjunta de empresas españolas de un sector bajo una imagen común. ICEX ofrece un servicio “llave en mano”, convoca, gestiona y organiza la participación española.

Las participaciones agrupadas en ferias, organizadas por las asociaciones sectoriales, al igual que los pabellones oficiales, consisten en una participación colectiva de empresas españolas gestionada por la asociación con apoyo de ICEX.

- **Implantación comercial en el exterior**

Por otra parte, el comercio minorista que se internacionaliza vía implantación comercial puede solicitar el **programa PYME INVIERTE** gestionado por ICEX y la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES). Este programa presta un apoyo integral a las inversiones e implantaciones en el exterior de las pequeñas y medianas empresas españolas, facilitando el asesoramiento a la empresa por parte de ICEX y el acceso a la financiación de COFIDES.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

- El número de empresas españolas que se incorporaron al programa **ICEXNEXT** en 2013 fue 578 de las cuales un 4% (23) desarrollan una actividad comercial minorista bien a través de puntos de venta o plataformas de e-commerce.
- El número total de compradores y prescriptores que ICEX ha desplazado a España en 2013 en **misiones inversas** han sido 1.276 personas, quienes participaron profesionalmente en distintas actividades; pero además pueden ser considerados consumidores finales en las ciudades que visitan, puesto que en las agendas que se diseñan se incluye tanto manutención en restaurantes españoles renombrados como visitas a puntos de venta para compras. En 10 de las 46 ferias visitadas se apoyó directamente al comercio minorista por coincidir la distribución

con el punto de venta.

- Han participado en las dos principales **ferias de franquicia** que han tenido lugar en 2013: 13 empresas en la feria de México con apoyo económico del ICEX de 6.035,74 euros y participaron 15 empresas en la Franchise Expo celebrada en París con 23.528,75 euros aportados por ICEX.

MEDIDA 29.- ASESORAMIENTO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL COMERCIO Y LOS SERVICIOS

OBJETIVO

Asesoramiento a las empresas que quieren posicionarse en el mercado exterior

ACCIONES

El ICEX desarrolla las siguientes acciones de asesoramiento:

- **Información sobre mercados exteriores**

Las empresas interesadas en los mercados internacionales, sea cual sea su actividad y experiencia en comercio exterior, cuentan con el servicio gratuito CAUCE - Centro de Atención Unificado en Comercio Exterior - de resolución de consultas. Este servicio unifica y centraliza toda la información y el asesoramiento sobre comercio exterior en un plazo máximo de 24 horas. Se da respuesta de forma directa, ágil y eficaz a las necesidades de su empresa en: estrategias en internacionalización, mercados internacionales, oportunidades de negocio y contactos comerciales, programas de apoyo, financiación internacional, arbitraje internacional, trámites y documentación básica para la exportación, contratación y fiscalidad Internacional.

- **Servicios Personalizados**

Otros servicios que ICEX ofrece son los llamados Servicios Personalizados, gestionados por cerca de 100 Oficinas Económicas y Comerciales repartidas por todo el mundo. Constituyen servicios de pago al tratarse de una consultoría personalizada y adaptada a las necesidades y peculiaridades del producto o

servicio de la empresa solicitante. Entre los servicios que se ofrecen destaca la identificación de socios comerciales, la preparación de agendas de reuniones de negocios, información sobre mercados exteriores, etc.

- **Rutas en portales**

ICEX proporciona en internet información sobre España dirigida a visitantes extranjeros y, concretamente, distintas rutas en las cuales se promocionan las bodegas, fábricas y establecimientos comerciales de España, entre otros:

- Rutas de gastronomía ([www. foodfromspain.com](http://www.foodfromspain.com)) que introducen a los visitantes en la ciudad y sus mejores establecimientos a través de recorridos por los barrios más característicos.
- Rutas de vinos ([www. vinesfromspain.com](http://www.vinesfromspain.com)) que facilitan información al visitante sobre las distintas denominaciones de origen, itinerarios, empresas y bodegas más importantes en las Comunidades Autónomas de: Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla la Mancha, Castilla y León, Cataluña, Ceuta, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, La Rioja, Madrid, Melilla, Murcia, Navarra y País Vasco.
- Rutas de Moda ([www. fashionfromspain.com](http://www.fashionfromspain.com)) Son rutas de compras por barrios con información de las tiendas. La página web permite seleccionar la ciudad, el barrio y el sector de interés para el visitante (moda femenina, moda masculina, joyería, etc).

LÍNEA 10.- FORMACIÓN Y EMPLEO

MEDIDA 30.- ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN

OBJETIVO

Mejora de la capacitación empresarial y profesional, aumento del empleo en el sector.

ACCIONES

- La Secretaría de Estado de Comercio, a través de la Dirección de Comercio Interior, inició en 2013, con el **Centro de Estudios Económicos y Comerciales** la primera edición on-line del “**Master en Distribución de Gran Consumo**”, (que cuenta con el apoyo de numerosas empresas y las principales asociaciones del sector). El formato on-line permite facilitar una formación de alto nivel, en cualquier punto del territorio nacional.

Esta oferta formativa es única en su formato en el sector de la distribución comercial y en la misma pueden participar estudiantes que finalicen el grado, personas que tengan experiencia laboral equivalente, así como personal de las propias empresas de distribución que deseen capacitarse para optar a puestos que exijan mayor cualificación.

Su finalidad es dotar a los asistentes de los conocimientos teóricos, las habilidades y las sistemáticas de trabajo necesarias para una rápida y eficaz integración en las empresas de Distribución Comercial, y contribuir a formar a los futuros líderes del sector, de manera que se constituyan en un motor del cambio en la gestión de las empresas comerciales

En marzo de 2014 comienza la primera edición del "**Curso de Formación para Agentes Comerciales**" habiéndose matriculado más de 40 alumnos. El curso incorpora distintas técnicas de interacción profesor-alumno como son los foros, webconference con pizarra digital y correo interno, así como la realización de cuestionarios automáticos de autoevaluación. Como material didáctico se

han elaborado también cuatro notas técnicas específicas, muy prácticas y orientadas al colectivo que forman los alumnos.

El examen final se realizará a través de un cuestionario de preguntas en días prefijados. A fin de garantizar la identidad de los alumnos, se establecerán distintas medidas de seguridad, como el acceso al examen solo a través de una clave , firma sobre pantalla táctil, unido a una declaración por parte del alumno respecto a la veracidad de su identidad como persona matriculada y que realiza el examen. Todas estas medidas, hasta ahora inexistentes en este curso, se han tomado para evitar, en la medida de lo posible, la suplantación de identidad.

El objetivo de este curso es dotar a los futuros colegiados de los conocimientos necesarios en diversas materias para facilitar el ejercicio posterior de su profesión, siendo requisito aprobar el curso para su homologación. El título es expedido por la Dirección General de Comercio Interior para todo el territorio nacional.

Está previsto que se celebren varias ediciones del curso a lo largo de cada año.

ACTUACIONES DESARROLLADAS

La **sexta edición del Master de Distribución de Gran Consumo** tuvo lugar en el curso 2012/2013 contando con nueve alumnos.

La **primera edición on-line y séptima de este Master** se imparte entre octubre de 2013 y julio de 2014. Cuenta con doce alumnos de los que cinco proceden de empresas.

- Por medio de la disposición adicional quinta de la Ley 1/2014, de 28 de febrero, para la protección de los trabajadores a tiempo parcial y otras medidas urgentes en el orden económico y social se mandata al Gobierno para, de acuerdo con la Propuesta de Recomendación del Consejo de la Unión Europea sobre el establecimiento de la Garantía Juvenil, **elaborar y presentar el plan para su implementación ante las instancias europeas antes de finalizar 2014** y, en el mismo plazo y realizar la distribución territorial de los fondos previstos para

España en la Iniciativa de Empleo Juvenil conforme a los datos de desempleo juvenil en cada una de las comunidades autónomas.

A tal efecto, el Servicio Público de Empleo Estatal, del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, pondrá en marcha en coordinación con las comunidades autónomas, un Programa Operativo de Empleo Juvenil en el marco de la gestión del Fondo Social Europeo en el próximo período de programación 2014-2020 que sirva para canalizar los recursos procedentes de la Unión Europea destinados a posibilitar que todos los jóvenes de hasta 25 años reciban, de forma adecuada a su perfil y en el plazo recogido en la recomendación del Consejo, una oferta de empleo, **educación continua, formación o período de prácticas**, tras quedar desempleados o haber terminado la educación formal. Dicho programa responderá a las distintas realidades sociales territoriales existentes.

- Respecto a las estimaciones de las convocatorias de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo en 2014, asumiendo un comportamiento similar a las anteriores convocatorias, se estima un ligero aumento del presupuesto y se prevé que se formen en torno a 26.000 participantes de la Comisión Paritaria Sectorial de Comercio en la convocatoria de oferta estatal dirigida prioritariamente a ocupados.

MEDIDA 31.- APOYO A DETERMINADOS COLECTIVOS CON DIFICULTADES PARA SU INSERCIÓN LABORAL

OBJETIVO

Promover el empleo en el sector comercial de los colectivos con dificultades de inserción laboral

ACCIONES

- A lo largo de 2014 como una de las piezas claves de la reforma de las políticas de activación para el empleo, **se renovará el marco normativo actual de políticas activas de empleo**, lo que se abordará a través de las siguientes actuaciones:

aprobación de una nueva Estrategia Española de Activación para el Empleo y elaboración de tres nuevos Reglamentos: Reglamento de Servicios, Reglamento de Empleo y Reglamento de Formación Profesional para el Empleo.

En el Reglamento de Empleo previsto se establecerá la regulación que dará soporte a los distintos programas que puedan ejecutar las Comunidades Autónomas en materia de fomento del empleo, regulando los aspectos esenciales de los 'programas comunes', que podrán ser aplicados, y en, su caso, desarrollados en sus aspectos no esenciales, por todos los integrantes del Sistema Nacional de Empleo.

En todo caso, este desarrollo reglamentario incluirá un marco normativo de programas estatales de Políticas Activas de Empleo dirigidas de manera integrada a favorecer la inclusión laboral de las personas con discapacidad y otros colectivos con dificultades de inserción, se establecerán los contenidos mínimos que serán de aplicación en el conjunto del Estado; en este nuevo marco se pueden contener nuevas medidas, o modificaciones de las actuales, todo ello obviamente con el objetivo de favorecer la inserción laboral y el mantenimiento en el empleo del colectivo de personas con discapacidad y de otros colectivos con dificultades de inserción laboral.

MEDIDA 32.-FOMENTO DE LA CONTRATACIÓN Y LA FLEXIBILIDAD EN LAS CONDICIONES DE TRABAJO

OBJETIVO

Fomentar la contratación laboral y la flexibilidad en la organización de los recursos humanos.

ACCIONES

- Con efectos de 1 de enero de 2014, **se han simplificado los trámites administrativos** en la contratación laboral. Así, se ha reducido el número de modelos de contratos a 4 y se ha creado un asistente para la contratación en

Internet que facilitará la elección del tipo de contrato, y completar los trámites de registro del contrato y el alta del trabajador en la Seguridad Social.

- **Ampliación hasta el 31 de diciembre del 2014 de la bonificación en las cuotas empresariales a la Seguridad Social, del 50% para comerciantes turísticos**
- El R.D.Ley 16/2013 de 20 de diciembre extiende el **Contrato Indefinido de Apoyo a Emprendedores a las contrataciones a tiempo parcial**
- Asimismo, recientemente se ha publicado el Real Decreto-ley 3/2014, de 28 de febrero, de medidas urgentes para el fomento de empleo y la contratación indefinida. Por medio de esta norma, con efectos de 25 de febrero de 2014, cuando se cumplan las condiciones y requisitos establecidos en el Real Decreto, **la aportación empresarial a la cotización a la Seguridad Social por contingencias comunes se reducirá**, en los supuestos de contratación indefinida, a las siguientes cuantías:
 - Si la contratación es a tiempo completo, 100 euros mensuales.
 - Si la contratación es a tiempo parcial, cuando la jornada de trabajo sea, al menos, equivalente a un 75 por 100 de la jornada de un trabajador a tiempo completo comparable, 75 euros mensuales.
 - Si la contratación es a tiempo parcial, cuando la jornada de trabajo sea, al menos, equivalente a un 50 por 100 de la jornada de un trabajador a tiempo completo comparable, 50 euros mensuales.

Estas reducciones se aplicarán durante un período de 24 meses, computados a partir de la fecha de efectos del contrato, que deberá formalizarse por escrito, y respecto de los celebrados entre el 25 de febrero de 2014 y el 31 de diciembre de 2014.

Finalizado el período de 24 meses, y durante los 12 meses siguientes, las empresas que al momento de celebrar el contrato al que se aplique la reducción cuenten con menos de diez trabajadores tendrán derecho a una reducción equivalente al 50 por 100 de la aportación empresarial a la cotización por

contingencias comunes correspondiente al trabajador contratado de manera indefinida.

- **Garantía Juvenil:** se ampliarán, en aplicación de la Garantía Juvenil, algunos de los incentivos previstos en la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven a aquellas empresas que contraten a un joven nini menor de 25 años.

5. AGENTES IMPLICADOS EN EL PLAN

Estas medidas y las acciones que las desarrollan se están poniendo en marcha por la propia Secretaría de Estado de Comercio, en colaboración con los siguientes MINISTERIOS ,además de con la colaboración de las CCAA, los Ayuntamientos, las cámaras de comercio, Mercasa y las organizaciones empresariales del sector .

Ministerio de Economía y Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> · Dirección General de Comercio Interior · Instituto de Crédito Oficial (ICO) · Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)
Ministerio de Empleo y Seguridad Social	<ul style="list-style-type: none"> · Dirección General de Autónomos · Servicio Público de Empleo Estatal
Ministerio de Industria, Energía y Turismo	<ul style="list-style-type: none"> · Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información. · Red.es · Secretaría de Estado de Turismo · Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) · Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A. (SEGITTUR) · Dirección Gral. de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa · Empresa Nacional de Innovación (ENISA) · Compañía Española de Reafianzamiento (CERSA)
Ministerio del Interior	<ul style="list-style-type: none"> - Secretaría de Estado de Seguridad-Gabinete de Coordinación y Estudios.
Ministerio de Justicia	<ul style="list-style-type: none"> · Secretaría General Técnica
Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas	<ul style="list-style-type: none"> · Secretaría de Estado de AAPP · Dirección General de Tributos · Dirección General de Fondos Comunitarios
Ministerio de Agricultura, Alimentación y M. Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> · Dirección General de Industria Alimentaria
Ministerio de Fomento	<ul style="list-style-type: none"> · Secretaría de Estado de Infraestructuras, Transportes y Vivienda

6.