



MINISTERIO
DE ECONOMÍA
Y COMPETITIVIDAD

Isamar

Catering



Isamar Gourmet S.L. (León)
Premio Nacional de Comercio Interior 2015

PASTELERÍA
obrador propio

Plan de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España

2016



Viena Repostería Capellanes (Madrid)
Premio Nacional de Comercio Interior 2014

ÍNDICE

1. PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2016	2
2. ACTUACIONES A DESARROLLAR EN EL MARCO DEL CONVENIO DE COLABORACIÓN CON LA CAMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA	6
ACTUACIÓN 1: PROGRAMA DE INNOVACIÓN COMERCIAL	7
ACTUACIÓN 2: TALLERES	7
ACTUACIÓN 3: PROGRAMA DE DINAMIZACIÓN DE CENTROS COMERCIALES URBANOS	8
ACTUACIÓN 4: MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES EN ZONAS DE GRAN AFLUENCIA TURÍSTICA O MUNICIPIOS CON LIBERTAD DE APERTURA	9
3. RECONOCIMIENTO DE PROYECTOS INNOVADORES Y TRAYECTORIA EN EL SECTOR	22
PREMIOS NACIONALES DE COMERCIO INTERIOR	22
MEDALLA Y PLACA AL MÉRITO EN EL COMERCIO	22
4. ACTUACIONES PARA PROMOVER LA APERTURA DEL CANAL ON-LINE EN EL COMERCIO	24
5. ACTUACIONES DE MEJORA DE MERCADOS MUNICIPALES Y OTRAS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y REACTIVACIÓN DE LA DEMANDA	27
ESTUDIOS TÉCNICO-COMERCIALES	27
ACCIONES DE APOYO INSTITUCIONAL	27
PROGRAMAS DE INCENTIVOS SECTORIALES. PLAN MOVEA (PLAN DE IMPULSO A LA MOVILIDAD CON VEHÍCULOS DE ENERGÍAS ALTERNATIVAS). MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO	31
6. LÍNEAS ICO DE CRÉDITO PARA EL PEQUEÑO COMERCIO	33
7. POTENCIACIÓN DEL USO DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS	34
DISMINUCIÓN DE LAS TASAS DE INTERCAMBIO	34
8. PROMOCIÓN DEL TURISMO DE COMPRAS EN EL EXTERIOR	36
TURESPAÑA	37
PROCEDIMIENTO DE DEVOLUCIÓN IVA VIAJEROS (DIVA)	38
9. SEGURIDAD EN EL COMERCIO	41
10. SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN DE LA NORMATIVA COMERCIAL	42
ZONAS DE GRAN AFLUENCIA TURÍSTICA	42
SIMPLIFICACIÓN EN LAS LICENCIAS MUNICIPALES DE IMPLANTACIONES COMERCIALES. SEGUIMIENTO DE DATOS DE INICIO DE ACTIVIDAD	44
PLAN DE RACIONALIZACIÓN NORMATIVA	47
11. APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL COMERCIO Y LOS SERVICIOS	52
PROGRAMA ICEX NEXT	52
PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES	52
VENTANA GLOBAL	53
SERVICIOS PERSONALIZADOS	54
MERCADOS ELECTRÓNICOS	54
RUTAS EN PORTALES	55
12. ACCIONES DE FORMACIÓN Y EMPLEO	57
FORMACIÓN PARA AGENTES COMERCIALES	57
JORNADA DE FORMACIÓN EN COMERCIO DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS	57
SUBVENCIONES PÚBLICAS PARA PLANES DE FORMACIÓN DIRIGIDOS A TRABAJADORES OCUPADOS	57
CONTRATO DE TRABAJO POR TIEMPO INDEFINIDO DE APOYO A LOS EMPRENDEDORES	58
CONTRATO PARA LA FORMACIÓN	59
CONTRATOS CELEBRADOS EN EL MARCO DE LA LEY 25/2015, DE MECANISMO DE SEGUNDA OPORTUNIDAD	59
BONIFICACIÓN EN LAS CUOTAS EMPRESARIALES A LA SEGURIDAD SOCIAL	60
TOTAL DE CONTRATOS COMUNICADOS EN EL PERIODO ENERO-JUNIO 2016	61

1. PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2016

La Secretaría de Estado de Comercio, a través de la Dirección General de Comercio Interior, así como otros departamentos ministeriales, en el ejercicio 2016, continuarán desarrollando actuaciones en el marco del Plan de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España; prestando especial atención a las medidas 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 aprovechamiento de las sinergias entre comercio y turismo, promocionando el turismo de compras, el seguimiento de los efectos de la aplicación de las medidas legislativas adoptadas, el impulso a la internacionalización, el apoyo a la seguridad en el comercio y las medidas de facilitación del empleo y la formación.

Estas actuaciones darán continuidad a las desarrolladas en ejercicios anteriores y, para ello, se mantiene la colaboración con otros Ministerios involucrados en el Plan Integral por razón de sus competencias, así como con las Comunidades Autónomas, los Ayuntamientos, la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, las Cámaras de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, la Sociedad Estatal Mercados Centrales de Abastecimiento S.A. (Mercasa) y las principales organizaciones empresariales del sector, principalmente la Confederación Española de Comercio y otras asociaciones.

Las medidas contenidas en este Plan fueron informadas en Conferencia Sectorial de Comercio Interior en su sesión de 8 de abril de 2016, y se financiarán con cargo a las disponibilidades presupuestarias del ejercicio 2016 sin que puedan implicar gasto adicional a dichas disponibilidades.

Situación actual del sector del comercio en España

El comercio supone el 12,2% del PIB total a precios básicos de la economía española. El comercio minorista en concreto constituye por sí solo el 5,3% del PIB total.

Las 469.938 empresas de comercio minorista equivalen al 14,7% del total de empresas existente en España. El número de establecimientos de comercio al por menor, 583.796, es el 16,2% del total de establecimientos de la economía española.

Las 1.854.600 personas ocupadas en el comercio minorista en el primer trimestre de 2016 suponen el 10,3% del total de ocupados de la economía.

En el primer trimestre de 2016 el gasto en consumo final de los hogares experimentó un crecimiento anual del 3,7%, dos décimas superior al del cuarto trimestre de 2015, como consecuencia de una mejora generalizada en todos sus componentes, tanto de bienes como de servicios. El gasto en consumo final de los hogares tuvo tasas de crecimiento anual positivas en todo el año 2014 y 2015, después de tres años con tasas anuales negativas.

En tasa trimestral, el gasto en consumo final de los hogares aumentó el 0,9% en el primer trimestre de 2016, y lleva en valores positivos ocho trimestres consecutivos.

Según los datos del INE, las ventas del comercio minorista, corregidas de efectos estacionales y de calendario, suben en abril de 2016 un 4,1% respecto al mismo mes del año anterior, encadenando 21 meses consecutivos de aumentos. En la serie original a precios constantes el crecimiento es del 6,4%, con 20 meses consecutivos de aumentos.

En los cuatro primeros meses de 2016 las ventas minoristas aumentaron un 4,0% en la serie corregida de efectos estacionales y de calendario y un 4,9% en la serie original.

Hay por tanto un cambio de tendencia de las ventas del comercio minorista que, desde septiembre de 2013, empiezan a mostrar valores positivos casi todos los meses en variación anual (29 meses de aumentos sobre 31), después de 38 meses consecutivos de descensos interanuales.

En los cuatro primeros meses de 2016, todas las comunidades autónomas más Ceuta y Melilla, aumentan sus ventas respecto al mismo periodo de 2015. Las comunidades autónomas que han tenido los mayores incrementos en los cuatro primeros meses de 2016 han sido: Illes Balears (+8,6%), Canarias (+6,8%) Comunidad Valenciana (6,6%), Canarias (+6,4%) y Comunidad de Madrid (5,6%).

Se observa también un cambio de tendencia en el empleo. Según la EPA, en el primer trimestre de 2016 el comercio al por menor registró 26.300 ocupados menos que el mismo trimestre del año anterior (-1,4%).

En el año 2015, la media de ocupados en el comercio minorista fue de 1.907.500, 32.200 ocupados más que en el año anterior (+1,7% interanual).

Los datos de mejora del empleo en el comercio minorista se confirman con otras fuentes. En mayo de 2016, los afiliados totales a la Seguridad Social del comercio minorista eran 25.116 más que en el mismo mes del año anterior (+1,4% interanual), siendo ya 28 meses consecutivos de aumentos interanuales (desde febrero de 2014).

Los afiliados autónomos del comercio minorista, en su mayor parte pequeños comerciantes, eran en mayo de 2016 548.196 con un descenso de 5.965 afiliados autónomos respecto al mismo mes del año anterior (-1,1% interanual).

Según el Índice de Ocupación que publica el INE, el empleo en el sector del comercio minorista aumentó un 1,5% en abril de 2016 en relación al mismo mes del año 2015, registrando su vigésimo cuarto repunte interanual consecutivo desde mayo de 2014, tras 31 meses de descensos. En abril el formato en que más ha crecido la ocupación en tasa interanual es el de las grandes cadenas (+3,3%).

El paro registrado en el comercio minorista descendió un 6,7% en mayo de 2016 con respecto al mismo mes del año anterior (25.826 parados menos). El comercio minorista registra la trigésima caída interanual consecutiva del paro registrado (caídas interanuales todos los meses desde diciembre de 2013).

La mejora de la situación del comercio también se aprecia claramente en los indicadores que miden la confianza, tanto del consumidor como de los comerciantes. El indicador de confianza del comercio minorista, que elabora la Comisión Europea, en mayo de 2016 se sitúa en 13,3 puntos.

Según el indicador de confianza del consumidor que, como el indicador anterior, elabora mensualmente la Comisión Europea, la confianza del consumidor español en mayo de 2016 crece 1,3 puntos sobre el mes anterior, y se sitúa en -0,3 puntos.

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) publicado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), en el mes de mayo se sitúa en 90,7 puntos.

2. ACTUACIONES A DESARROLLAR EN EL MARCO DEL CONVENIO DE COLABORACIÓN CON LA CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA

Con fecha 29 de abril se ha suscrito un convenio de colaboración entre el Ministerio de Economía y Competitividad y la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, para el desarrollo de acciones de apoyo a la competitividad del comercio minorista, en el ejercicio 2016.

Las acciones a desarrollar serán ejecutadas en cada territorio a través de la Red de Cámaras de Comercio, bajo la supervisión y con el apoyo técnico de la Cámara de España o, en su caso, por la propia Cámara de España; en colaboración con las Comunidades Autónomas y las asociaciones más representativas del sector comercial español.

El presupuesto para el desarrollo de las mismas asciende a 6.863.460 euros, de los cuales, la Dirección General de Comercio Interior aporta 2.363.460 euros de su presupuesto de gasto, y la Cámara de España 4.500.000 euros, a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en el Programa Operativo de Crecimiento Inteligente 2014-2020. Está previsto que se beneficien 35.374 comercios en 2016.

Los ejes prioritarios a desarrollar son los siguientes:

- Innovación y mejora de la competitividad de las pymes comerciales.
- Dinamización de Centros Comerciales Urbanos.
- Mejora de la competitividad de los equipamientos comerciales en zonas de gran afluencia turística o áreas con régimen de libertad de apertura.
- Promoción del turismo de compras.
- Impulso del Comercio Electrónico.

Estos ejes se concretan en los siguientes programas:

Actuación 1: Programa de Innovación Comercial

Esta medida consiste en la realización de diagnósticos individualizados de los comercios con sus correspondientes informes de recomendaciones de mejora, conteniendo propuestas de proyectos comerciales innovadores.

Un técnico especializado de la Cámara, apoyado en un sistema de diagnóstico asistido, analiza el nivel de competitividad del comercio en relación con su entorno económico y de mercado. Sobre la base de este diagnóstico, el comerciante recibe un informe conteniendo recomendaciones innovadoras en distintos aspectos clave para la competitividad del negocio, y cuyo desarrollo o puesta en marcha supongan mejoras de eficiencia y productividad.

El técnico de la Cámara hace entrega y explica detalladamente el informe resultante al comercio asistido.

Se prevé realizar 1.783 diagnósticos de innovación en 2016 en 16 Comunidades Autónomas.

Actuación 2: talleres

Celebración de talleres y actos públicos en las Cámaras participantes con el objeto de incentivar y mejorar la capacidad de las pymes comerciales en diferentes áreas o materias estratégicas, dentro de los siguientes ejes:

- Turismo de compras:
 - Promoción del turismo de compras.
 - Atención específica de clientes procedentes de países como China, Rusia, Brasil, Turquía, etc.
 - Gestión eficaz del Tax Free.
- Comercio electrónico.

- Emprendedores en el sector del comercio minorista, incluyendo asesoramiento individualizado posterior y la posibilidad del relevo.
- Financiación.
- Otras materias de interés para el sector: últimas tendencias en escaparatismo y técnicas de venta, gestión de stocks, etc.

En 2016 se realizarán, en el conjunto de las Comunidades Autónomas, 555 talleres con 13.650 asistentes.

Actuación 3: Programa de Dinamización de Centros Comerciales Urbanos

Se desarrollan acciones innovadoras en la prestación de servicios y promoción del consumo en los Centros Comerciales Urbanos (CCU) y en los principales ejes comerciales urbanos, que incluyen:

- Diseño de estrategias de difusión, comunicación y promoción de carácter innovador.
- Ejecución de acciones promocionales innovadoras.
- Puesta en marcha de sistemas de evaluación de las acciones innovadoras desarrolladas en cada CCU y eje comercial urbano.

Las acciones desarrolladas en el marco de este programa deben estar dirigidas a **incentivar el consumo en las áreas de actuación**, se encuadran dentro de las siguientes líneas:

- Promoción del consumo y fidelización de clientes locales.
- Promoción del consumo de otros clientes:
 - En visita turística (incluyendo el turismo deportivo, gastronómico, de salud, etc.)
 - En viaje de trabajo (convenciones, congresos, incentivos, etc.)

Se prevé realizar, en 2016, 74 campañas de dinamización en colaboración con asociaciones de comerciantes, los Ayuntamientos y las Comunidades Autónomas, en 13 Comunidades Autónomas, beneficiándose cerca de 19.000 comercios.

Actuación 4: Mejora de la competitividad de los equipamientos comerciales en zonas de gran afluencia turística o municipios con libertad de apertura

Convocatoria de ayudas cuyo objetivo es potenciar la realización de proyectos singulares que conlleven la **transformación de los equipamientos comerciales**, que supongan la **modernización comercial y del equipamiento en zonas de gran afluencia turística o Municipios con libertad de apertura**, así como la rehabilitación integral de mercados de abastos y mercados municipales singulares, que permitan la mejora de la oferta comercial. Esta actuación está dotada con 1,6 millones de euros.

Para acogerse a la convocatoria, los proyectos tienen que estar promovidos por Ayuntamientos y consorcios público/privados, de cualquier región española. Pueden estar financiados en un porcentaje máximo del 85%, 80% o 50%, en función de la región, cuyo detalle se recoge en la siguiente tabla:

Porcentaje Máximo de Financiación	Comunidades Autónomas
Región financiadas al 85%	Canarias
Regiones financiadas al 80%	Andalucía, Asturias, Castilla-La Mancha, Ceuta, Extremadura, Galicia, Melilla y Murcia
Regiones financiadas al 50%	Aragón, Baleares, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, La Rioja, Madrid, Navarra y País Vasco

El porcentaje restante es aportado por los promotores de los proyectos, con fondos que no pueden provenir, en ningún caso, de otras ayudas de la Unión Europea.

El área o equipamiento sobre el que se ejecute el proyecto debe localizarse en una Zona de Gran Afluencia Turística, declarada como tal por la Comunidad Autónoma con fecha anterior a la de finalización del plazo de

entrega de propuestas, o en un municipio con régimen de libertad de apertura regulado.

Los proyectos que se presenten deben contemplar un presupuesto mínimo de inversión total, para la anualidad en curso, de 50.000 euros.

La Convocatoria se publicó en el BOE el 25 de mayo de 2016, finalizando el plazo de presentación de solicitudes el 30 de junio. El Comité de Seguimiento del Convenio ha aprobado ayudas para 14 proyectos de 9 Comunidades Autónomas, con una inversión inducida de 3,2 millones de euros de los que se beneficiarán directamente 1.053 comercios y 12.587 ubicados en las Zonas de Gran Afluencia Turística de los municipios beneficiados.

Andalucía

En 2016 reciben ayuda tres proyectos, por importe total de 773.745,77 € para una inversión de 1.941.008,74 €, y de los que se benefician directamente 573 comercios, y 5.308 comercios en la Zona de Gran Afluencia Turística:

*** Modernización y puesta en valor de espacios comerciales en el núcleo turístico de La Antilla. Lepe**

La Antilla cuenta con dos zonas comerciales bien diferenciadas: El mercado de abastos y el entorno urbano. El proyecto plantea intervenciones tanto en el edificio del mercado, como en la Barriada de Pescadores.

En el mercado se propone mejorar las instalaciones de climatización y refrigeración (cámaras, maquinarias y otras instalaciones) así como los elementos de mobiliario y equipamiento del edificio.

En la Barriada de Pescadores se van a llevar a cabo intervenciones de mejora de la accesibilidad, embellecimiento de calles, instalación de kioscos de madera para la venta de artesanía, jardinería, señalética, reparación de mobiliario, etc.

- Inversión inducida: 111.100,00 €

- Ayuda concedida: 88.880,00 €
- Comercios Beneficiarios directos: 38
- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 434

★ **Dinamización comercial del Centro Histórico de Marbella**

El Plan de Revitalización Comercial del Centro Histórico de Marbella se concreta en cuatro actuaciones diferenciadas encaminadas a la modernización y revitalización del entorno del centro histórico de Marbella.

Se trata de acondicionar los alcorques del arbolado y jardineras, mejorar el estado de los pavimentos artesanales tradicionales, instalación de barandilla ornamental y elementos de protección peatonal en el perímetro Este, entre las calles Juan Alameda y el Parque de las Represas, también se trata de mejora del mobiliario urbano, se dota a este espacio de un carácter peatonal, incorporando jardineras, pilonas fijas y móviles, mejoras del alumbrado público incorporando sistemas leds, así como incorporando velas o lonas que aportan sombras en la época estival. También se dota a la zona de un parque infantil de juegos y de señalética turística e informativa.

- Inversión inducida: 203.182,90 €
- Ayuda concedida: 162.546,32 €
- Comercios Beneficiarios directos: 517
- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 3.393

★ **Adaptación del antiguo Mercado de Abastos de Roquetas de Mar (Almería)**

El proyecto de rehabilitación del Mercado de Abastos comprende los siguientes trabajos: creación de un basamento perimetral en torno al mercado, disponer un espacio perimetral sombreado de acogida sobre el basamento, en el que se integren de manera unitaria todas las nuevas

intervenciones que se proponen: puestos de venta, comercios, espacios gastronómicos, etc., organizar los espacios comerciales interiores.

- Inversión inducida: 1.626.725,84 €
- Ayuda concedida: 522.319,45 €
- Comercios Beneficiarios directos: 18
- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 1.481

Asturias

En 2016 recibe ayuda un proyecto, con 573 comercios beneficiados directamente, y 636 comercios de la Zona de Gran Afluencia Turística, con una ayuda de 96.340,00€ y una inversión de 120.425,00 €.

*** Rehabilitación Zona Comercial de Gijón: Ensanchamiento aceras, instalación alumbrado bajo consumo, mejora saneamiento**

Remodelación de la calle Instituto, en el tramo comprendido entre las calles Jovellanos y Munuza, se encuadra dentro de las actuaciones de peatonalización de calles en la zona centro de la ciudad, dentro del Centro Comercial Abierto El Centro y en la zona entre la Plaza Mayor y la calle Jovellanos. Gran parte de las intervenciones realizadas, al igual que el presente proyecto, se han centrado en la mejora de la movilidad favoreciendo el tránsito de peatones, de forma compatible con el tráfico rodado "pacificado".

Esta intervención completa los trabajos realizados en años anteriores, y aborda el ensanchamiento de las aceras, especialmente en el lado donde se concentra la oferta comercial y la dotación de mobiliario urbano (papeleras, iluminación de bajo consumo y soterramiento de contenedores para todo tipo de residuos).

El proyecto, además, reorganiza las zonas de aparcamiento, situándolas en la zona en la que no hay comercios.

- Inversión inducida: 120.425,00 €
- Ayuda concedida: 96.340,00 €
- Comercios Beneficiarios directos: 13
- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 636

Islas Baleares

En 2016 se apoya un proyecto con 30 comercios beneficiados directos y 773 comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística, con una ayuda de 73.574,98 € y una inversión de 147.169,96 €

★ Rehabilitación y mejoras en Mercado Municipal de Mahón

El proyecto comprende diversas actuaciones necesarias para adecuar el “Mercat del Peix” para su transformación de mercado de pescado fresco a mercado con una oferta más variada y actual.

La incorporación de actividades de restauración requiere la mejora de la instalación eléctrica del mercado, adecuándola a la normativa vigente. Además, se deben incorporar mejoras en materia de accesibilidad y sobre las instalaciones de protección contra incendios.

El proyecto incorpora, además, la restauración de la puerta metálica de acceso al mercado.

- Inversión inducida: 147.169,96 €
- Ayuda concedida: 73.574,98 €
- Comercios Beneficiarios directos: 30
- Nº Comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 773

Islas Canarias

En 2016 se apoya dos proyectos con 117 comercios beneficiados de forma directa y 851 comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística, con unas ayudas de 222.048,18 € y una inversión de 262.409,62 €

*** Mejora instalaciones y equipos de climatización del inmueble donde se ubica provisionalmente el Mercado Municipal de San Cristóbal de La Laguna.**

El proyecto aborda la mejora de las instalaciones y equipos de climatización, así como el mantenimiento de elementos comunes de la infraestructura que mejoran la eficiencia energética del inmueble donde se ubica provisionalmente el Mercado Municipal de San Cristóbal de la Laguna.

Concretamente, la intervención tiene como objetivos: impermeabilización de la cubierta exterior del Mercado, reparación del aire acondicionado, sistema de fabricación de hielo, sistema de cámaras de vigilancia y alarma, cámara refrigeración de carne.

Asimismo, forma parte de la presente solicitud, la redacción del proyecto de reconstrucción del Mercado de La Laguna.

- Inversión inducida: 82.231,09 €
- Ayuda concedida: 68.896,43 €
- Comercios Beneficiarios directos: 59
- Nº Comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 554

*** Remodelación integral del Mercado Municipal de San Sebastián de La Gomera**

El proyecto persigue, como objetivo principal, replantear el espacio del mercado, como espacio de encuentro y reunión más allá del uso comercial, resolviendo los espacios para que se adecuen a estos nuevos usos.

Para ello se demolerán los puestos centrales creando un espacio libre, diáfano, manteniendo los puestos del perímetro y la escalera central.

Se colocarán pérgolas en esta zona, para dar cabida a puestos provisionales, dando sombra y sirviendo de soporte para la instalación de luminarias para el alumbrado de apoyo.

- Inversión inducida: 180.178,53 €
- Ayuda concedida: 153.151,75 €
- Comercios Beneficiarios directos: 58
- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 297

Cantabria

En 2016 se apoya un proyecto con 14 comercios beneficiados de forma directa y 49 comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística, con una ayuda de 26.278,18 € y una inversión de 52.556,35 €

*** Mejora de la accesibilidad de la principal calle comercial de Arnauero**

El presente proyecto aborda la mejora del tránsito en algunos pasos de peatones de la Avda. Juan Hormaechea, para garantizar la accesibilidad, especialmente a personas con movilidad reducida.

La Avda. Juan Hormaechea es una de las principales vías de acceso al centro del casco urbano de la isla y de acceso a las playas y zona comercial, turística, hotelera, etc.

La propuesta se basa en la necesidad del cumplimiento de las disposiciones en materia de accesibilidad al entorno construido, tanto autonómica como estatal.

Propone la incorporación de pasos de peatones correctamente señalizados, tanto vertical como horizontalmente, con vados peatonales adecuados, con pavimento de color y textura diferenciada en los vados peatonales y cruces de peatones ya existentes.

- Inversión inducida: 52.556,35 €
- Ayuda concedida: 26.278,18 €
- Comercios Beneficiarios directos: 14

- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 49

Castilla La Mancha

En 2016 se apoya un proyecto con 7 comercios beneficiados de forma directa y 509 Comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística, con una ayuda de 193.600,00 € y una inversión de 242.000,00 €

*** Mejora en accesibilidad y renovación de pavimentos en la calle Cuesta de Carlos V de Toledo.**

Esta intervención pretende finalizar la renovación de las calzadas y aceras del entorno del Alcázar y la Plaza Zocodover, iniciada en el año 2011.

Las obras consisten en la renovación de los pavimentos, la mejora de la accesibilidad, así como la mejora de la red de abastecimiento, de recogida de aguas pluviales y la mejora del alumbrado público.

El proyecto diseña la plataforma de la calzada con 6 m. de anchura desde la Plaza de Zocodover hasta el pasadizo que da acceso a la Plaza del Horno de la Magdalena. A partir de este punto, la calzada tendrá una anchura de 4 m. para un solo sentido de circulación, ampliando la acera y habilitando un espacio junto a la calzada que permita la parada del tren turístico.

Próximo a Zocodover, se dispondrá un carril adicional para la parada de autobuses urbanos. En todos los tramos las aceras tendrán anchuras variables, pero contando como mínimo con 1,50 m.

- Inversión Inducida: 242.000,00 €
- Ayuda asignada: 193.600,00 €
- Comercios Beneficiarios directos: 7
- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 509

Cataluña

En 2016 se apoya dos proyectos con 111 comercios beneficiados de forma directa y 658 Comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística, con una ayuda de 84.762,52 € y una inversión de 109.525,05 €.

*** Mejora del tránsito en calle Monturiol, en un tramo que conecta la Oficina de Turismo, la zona comercial y los nuevos equipamientos que deben dinamizar el turismo de la ciudad: Casa Natal y de Infancia de Dalí en Figueres.**

Figueres, como municipio turístico, requiere la realización de intervenciones para la mejora de la movilidad peatonal, ya que el casco urbano cuenta con aceras muy estrechas donde la circulación de los transeúntes es deficiente.

El proyecto aborda el ensanchamiento de las aceras de la calle Monturiol, en el tramo que conecta la oficina de turismo de Figueres, ubicada en la Plaza del Escorxador, la zona comercial y dos nuevos equipamientos que contribuirán a dinamizar la oferta turística de la ciudad: la casa natal de Dalí y su casa de infancia.

- Inversión inducida: 86.025,05 €
- Ayuda concedida: 43.012,52 €
- Comercios Beneficiarios directos: 16
- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 407

*** Urbanización de la Plaza Capranica y acondicionamiento del entorno, en Ripoll**

La propuesta aborda la mejora de un área del centro de Ripoll que, como ocurrió en muchas otras poblaciones, pasó de ejercer de centro neurálgico, económico y social a sumirse en un proceso de degradación urbanística que ha supuesto un retroceso de la actividad social y económica, en favor de nuevos sectores de crecimiento.

Actualmente en pleno proceso de transformación y puesta en valor de su centro, se hace precisa esta intervención para continuar con la renovación del tejido urbano y la mejora de la conectividad de las calles del centro, fomentando la accesibilidad y la creación de un centro peatonal singular, que permita continuar con la modernización del "Barri Vell", y la integración de los usos, promoviendo la actividad comercial y turística.

El proyecto consiste en la urbanización de la Plaza Capranica y el acondicionamiento de su entorno, surgidos como resultado de un proceso de esponjamiento del centro. Se propone la peatonalización de este espacio y el acondicionamiento del conjunto y su entorno, con el objetivo de mejorar la conectividad de las calles, mejorar la accesibilidad, eliminar barreras arquitectónicas y mejorar el tránsito peatonal. También prevé la ornamentación, embellecimiento de la medianera surgida con los derribos y ajardinamiento de los espacios públicos, la colocación de mobiliario urbano y la instalación de iluminación de bajo consumo.

- Inversión inducida: 41.750,00 €
- Ayuda concedida: 83.500,00 €
- Comercios Beneficiarios directos: 95
- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 251

Madrid

En 2016 se apoya un proyectos con 59 comercios beneficiados del Municipio, con una ayuda de 36.206,83 € y una inversión de 72.413,66 €

*** Renovación de señalética y mejora y ampliación de zonas ajardinadas en zonas de concentración de mayor número de visitantes de Manzanares del Real**

La propuesta se basa en la mejora del espacio público urbano de Manzanares actuando sobre tres de los elementos que componen la escena urbana: la señalética, el ajardinamiento y las pérgolas.

Se propone sustituir los elementos de señalética anticuados con el objetivo de informar a los visitantes sobre la localización de los monumentos, la entrada principal al Parque Nacional de la Sierra del Guadarrama, parkings, centro de información, etc.

El siguiente aspecto es la renovación de las jardineras de las calles más transitadas, sustituyendo las plantaciones actuales con especies de la zona, cuya floración mejorará la imagen de las calles.

Con el objetivo de mejorar el confort urbano durante el verano, se propone instalar unas pérgolas de madera en el centro del municipio, dando sombra a espacios de estancia en los que se instalarán bancos.

- Inversión inducida: 72.413,66 €
- Ayuda concedida: 36.206,83 €
- Comercios Beneficiarios directos: 59
- Nº comercios beneficiarios del Municipio: 59

Murcia

En 2016 se apoya dos proyectos con 129 comercios beneficiados de forma directa y 3.744 Comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística, con una ayuda de 158.477,53 € y una inversión de 242.454,94 €

*** Rehabilitación Mercado de Abastos de Archena**

Las obras de rehabilitación propuestas para el Mercado de Abastos de Archena consisten en la renovación del revestimiento de pintura de todo el edificio, tanto exterior como interiormente, en sus paramentos y estructura portante de la cubierta, así como las carpinterías del edificio.

Se trata de un edificio del año 1952, catalogado actualmente como Bien de Interés Cultural, cuyo estado actual, tras muchos años sin haber intervenido sobre él, es deficiente y anticuado, restando atractivo comercial y turístico al equipamiento.

- Inversión inducida: 102.106,26 €

- Ayuda asignada: 81.685,01 €
- Comercios Beneficiarios directos: 52
- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 421

★ Restauración interior del Mercado Municipal de Santa Florentina de Cartagena

El proyecto propone la reforma de los quince puestos centrales del mercado de Santa Florentina, sustituyendo el pavimento de los pasillos y del interior de los puestos de venta, anexos a la zona del pescado, empleando similar solución constructiva a la ya ejecutada en los mismos, dotándolos de un tratamiento especial para humedades.

Además, se llevará a cabo la demolición de los actuales puestos de esta zona, que están muy deteriorados, para su reconstrucción, así como el revestimiento de los pilares con un tablero fenólico, la instalación de falso techo, la renovación de la instalación eléctrica y la colocación de mostradores de aluminio

- Inversión inducida: 140.348,68 €
- Ayuda asignada: 76.792,52 €
- Comercios Beneficiarios directos: 77
- Nº comercios beneficiarios de la Zona de Gran Afluencia Turística: 3.323

Desde la Cámara de España se ha remitido comunicación a los beneficiarios de la adjudicación de la ayuda otorgándoles un plazo de 15 días para comunicar formalmente las condiciones de la ayuda como paso previo a la publicación de la resolución de adjudicación, que se estima tenga lugar a mediados de agosto.

Algunos de estos proyectos como el de Roquetas de Mar, fue objeto de ayuda en la convocatoria anterior de 2015, recibiendo una ayuda de 195.002,83 €

Asimismo en algunos de los Mercados Municipales se está trabajando con la realización de un Estudio de Viabilidad Técnico-Comercial a través de Mercasa, como es el caso del Mercado de San Cristóbal de la Laguna, y la rehabilitación del Mercado de Archena que en 2014 fue objeto de estudio previo.

Estas ayudas de 2016 se suman a las ya otorgadas en los 3 años anteriores de esta convocatoria, así, hasta la fecha se ha alcanzado a un total de 36 proyectos en Zonas de Gran Afluencia Turística con unas ayudas de 4,2 millones y una inversión inducida de 13,2 millones, de los que se benefician directamente a 4.793 comercios.

3. RECONOCIMIENTO DE PROYECTOS INNOVADORES Y TRAYECTORIA EN EL SECTOR

Premios Nacionales de Comercio Interior

Anualmente se realiza, por Orden del Ministerio de Economía y Competitividad, la convocatoria 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; reconocer 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 **2016** fue publicada el día 26 de abril, abriendo plazo de presentación de candidaturas de dos meses. En el plazo de seis meses, el órgano de valoración de las solicitudes presentadas elevará al órgano de selección, la propuesta de adjudicación.

Medalla y Placa al Mérito en el comercio

Concesión, por orden del Ministro de Economía y Competitividad, **de la Medalla y Placa al Mérito en el Comercio**, galardón que tiene por objeto

premiar a personas y entidades, públicas o privadas, que hayan destacado de forma relevante por su contribución o 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.

4. ACTUACIONES PARA PROMOVER LA APERTURA DEL CANAL ON-LINE EN EL COMERCIO.

La Secretaría de Estado de Comercio, Red.es y la Confederación Española de Comercio (CEC) trabajan conjuntamente para detectar las necesidades y oportunidades en innovación y formación tecnológica para el pequeño comercio, que permitan el diseño de actuaciones de apoyo específicas.

Convenio de colaboración suscrito entre la Dirección General de Comercio Interior y la Confederación Española de Comercio

En el marco de este convenio, con el principal objetivo de promover el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas del comercio minorista, se desarrollan acciones que coadyuvan a la mejora del entorno comercial, se colabora institucionalmente y económicamente, con una aportación de 10.000 euros, para la segunda edición del Madrid Retail Congress, que se celebró los días 28 y 29 de septiembre de 2016, en el Palacio Municipal de Congresos de Madrid.

Este congreso está diseñado, ejecutado e impulsado por el propio sector comercial; en concreto por la representación empresarial nacional y de la Comunidad de Madrid (integrada a su vez en la primera) así como por un grupo editorial especializado en *Retail*. Además cuenta con un amplio respaldo institucional en todos los ámbitos territoriales y desde todos los formatos de la distribución comercial, lo que garantiza la repercusión directa sobre el colectivo al que se pretende potenciar.

El objetivo que se persigue es consolidar este evento como acontecimiento de referencia del sector comercio, como un espacio de encuentro en el que las empresas y profesionales del mundo del *Retail* puedan compartir experiencias y conocimientos de manos de los mejores expertos, analizando los cambios que la era digital está introduciendo en el sector y en los consumidores.

Tiene como eje central la omnicanalidad, como elemento clave para impulsar la innovación y la competitividad del sector comercial, especialmente entre

las pymes, en las que se ha detectado una importante brecha digital con respecto a las grandes empresas.

Programa de red.es de Fomento de la Demanda de Soluciones Cloud Computing para Pymes

Se colabora con Red.es en la difusión del Programa de ayudas a pymes y autónomos para promover la adopción de soluciones empresariales basadas en tecnología cloud computing.

El 19 de agosto de 2015 se publicó la Resolución de 31 de julio de 2015 de Red.es, por la que se convocan "Ayudas del Programa de Fomento de la Demanda de Soluciones de Computación en la Nube para Pymes" y se establecen las bases reguladoras. Está dotado con 40 millones de euros territorializados en función de la disponibilidad de Fondos FEDER. Se beneficiarán unas 13.000 empresas que recibirán entre 625 y 15.000 euros cada una (entre el 50 y el 80% del presupuesto subvencionable), para la adopción de soluciones basadas en tecnología cloud computing, que se caracterizan por la prestación de servicios que garantizan el ahorro de costes, la accesibilidad y la eficiencia energética de los sistemas de información, permitiendo mejorar la competitividad de las pymes española.

Pueden solicitar la ayuda las PYMES y los autónomos con menos de 250 empleados, y un volumen de negocio menor de 50 millones de euros, con domicilio fiscal en España y que hayan iniciado su actividad antes de la publicación de las bases.

Las ayudas consisten en disponibilidad de servicios de soluciones empresariales, por un periodo de 9 meses. Los solicitantes pueden elegir entre las soluciones existentes en un catálogo, agrupado en diez categorías:

- Categoría 1. Puesto de usuario
- Categoría 2. Gestión económica
- Categoría 3. Gestión negocio
- Categoría 4. Relación con clientes
- Categoría 5. Gestión del punto de venta

- Categoría 6. Presencia en internet
- Categoría 7. Comercio electrónico
- Categoría 8. Infraestructura como servicio
- Categoría 9. Plataforma de desarrollo como servicio
- Categoría 10. Centralita virtual

El plazo de presentación de solicitudes se inicia el 18 de mayo de 2016 hasta el 8 de junio. Se estima que un 27% de las solicitudes estén relacionadas con las pymes del sector del comercio.

El presupuesto disponible establecido para cada Comunidad Autónoma se refleja en el siguiente cuadro:

REPARTO DEL PRESUPUESTO POR CC.AA.	
COMUNIDAD AUTÓNOMA	PRESUPUESTO MÁXIMO DE LAS AYUDAS (€)
Andalucía	14.934.027
Aragón	327.551
Cantabria	383.506
Castilla y León	1.411.456
Castilla-La Mancha	1.953.175
Cataluña	1.818.023
Ceuta (Ciudad Autónoma)	35.823
Comunidad de Madrid	1.410.283
Comunidad Valenciana	4.466.509
Extremadura	1.307.145
Galicia	4.572.170
Islas Baleares	267.367
Islas Canarias	3.223.730
La Rioja	100.540
Melilla (Ciudad Autónoma)	35.823
Navarra	268.715
País Vasco	912.452

REPARTO DEL PRESUPUESTO POR CC.AA.	
COMUNIDAD AUTÓNOMA	PRESUPUESTO MÁXIMO DE LAS AYUDAS (€)
Principado de Asturias	519.404
Región de Murcia	2.052.301
T O T A L	40.000.000

5. ACTUACIONES DE MEJORA DE MERCADOS MUNICIPALES Y OTRAS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y REACTIVACIÓN DE LA DEMANDA

Estudios técnico-comerciales

Mercasa realiza estudios técnico-comerciales y de viabilidad económica para la remodelación de Mercados Minoristas, en el marco de la encomienda de gestión suscrita por la Secretaría de Estado de Comercio a Mercasa el 28 de abril de 2016. En estos estudios se evalúa, en colaboración con los Ayuntamientos, la mejor opción para la modernización de los edificios e instalaciones de los mercados municipales localizados en áreas comerciales urbanas.

En 2016 se llevarán a cabo, con un presupuesto de 140.000 euros, diez estudios de mejora de los mercados municipales de: mercado del Puerto de Mazarrón (Murcia), mercado Les Bòbiles de Martorell (Barcelona), Tafalla (Pamplona), San Cristobal de La Laguna (Tenerife), Elda (Alicante), Mercado de San Blas en Logroño, Mercado zona G9 de Burgos, Celanova (Orense), Almuñecar (Granada) y San Lorenzo del Escorial (Madrid).

Acciones de apoyo institucional

Actos o campañas en favor del sector comercial español, organizados por distintas instituciones, en los que la Secretaría de Estado de Comercio colabora o respalda institucionalmente:

- Asistencia a la **44ª asamblea de la Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados (FEDEPESCA)**, celebrada en Barcelona el 25 abril de 2016. En la misma se dieron cita 55 representantes de las asociaciones provinciales del comercio especializado de pescado y productos congelados, para tratar los asuntos de interés que afectan al sector.

La Asamblea de Fedepesca fue clausurada por el Secretario de Estado de Comercio, D. Jaime García-Legaz; la Directora General de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Competitividad, Dña. Carmen Cárdeno; la Subdirectora de Economía Pesquera del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Dña. Aurora de Blas; y el Director de Pesca y Asuntos Marítimos de la Generalitat de Catalunya, D. Sergi Tudela; junto a los Presidentes del Gremi de Peixaters de Catalunya, D. Alex Goñi; y de Fedepesca. D. Gonzalo González.

- Asistencia, el 18 de mayo de 2016, al **acto de presentación de los diseños en piel realizados por los alumnos de tercer curso del Grado Oficial Universitario en Diseño de Moda**, en el desarrollo de la asignatura Tecnología Textil III, celebrado en la sede de la Universidad de Diseño e Innovación.

Esta actividad, enmarcada dentro del Taller de Peletería ESNE & Saga Furs, tiene como objetivo alentar, inspirar y apoyar a los jóvenes diseñadores en el desarrollo y la experimentación con prendas elaboradas en piel, así como la oportunidad de dar a conocer internacionalmente las propuestas innovadoras y la calidad desarrolladas por los alumnos.

- Colaboración en la difusión de las **medidas para concienciar o promover la lucha contra el comercio o tráfico de productos falsificados, como "el Marcatlon"**, evento lúdico, educativo y gratuito, organizado por la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y la Asociación para la Defensa de la Marca (ANDEMA). La tercera edición "El recorrido de las Marcas" se celebró en Madrid, el 4 de junio de 2016, Día

Mundial Anti falsificación, a través de juegos para todas las edades, con el objetivo de concienciar a la sociedad de la importancia de la innovación, la marca y el diseño en nuestra economía.

- Asistencia a la **V Edición Premios ACOTEX** (Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos) el 16 de junio de 2016, en Madrid. En esta ocasión se han galardonado, en las cuatro categorías de premios a
 - Premio Especial: El Corte Inglés
 - Mejor Modelo: Ariadne Artiles
 - Mejor Medio de Comunicación: programa Corazón de TVE
 - Mejor Tienda de Moda: Nicoli
- Asistencia al acto de entrega de los **Premios Pascual Startup**, el 17 de junio de 2016 en Madrid, en el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- Asistencia de la Directora General de Comercio Interior a la **Gala de Fedecarne con motivo de su 85 aniversario**, celebrada el 20 de junio de 2016 en el emblemático Museo del Traje de Madrid.

El objetivo del evento fue rendir un especial y merecido homenaje a todos aquellos profesionales, carniceros-charcuteros, que gracias a su esfuerzo, profesionalidad y espíritu innovador han hecho posible, haciendo entrega de más de un centenar de reconocimientos a profesionales veteranos en este sector.

- **Campaña de promoción LOVE YOUR LOCAL MARKET.**

La Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM) desarrolla y coordina la campaña internacional "*Love Your Local Market*"/"Me gusta mi mercado", que en 2016 celebra su segunda edición internacional. MERCASA, miembro de la Unión, forma parte del grupo de trabajo que coordina esta campaña que tiene su origen en Reino Unido, donde se

celebra desde el año 2012 (coordinada por *The National Association of British Market Authorities* -NABMA).

La WUWM decidió replicar internacionalmente el formato de la campaña, con el objetivo de dar visibilidad y reconocimiento a los mercados alimentarios minoristas y mayoristas y que este mensaje de autoafirmación llegara a los consumidores, a los comerciantes (mayoristas y minoristas) y a las autoridades locales, nacionales y de la Unión Europea. En 2015 participaron en la misma unos 2.000 mercados de distintos países europeos (Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, Grecia, Holanda, Bélgica, Hungría, Polonia, Irlanda, Suecia y España). MERCASA, a través de las Unidades Alimentarias en las que participa, ha informado de las acciones de la campaña a realizar en los Mercados Minoristas de su propiedad.

Se han adherido a la campaña mercados municipales de la ciudad de Madrid, del municipio de Barcelona y numerosos mercados de Vigo. En el caso de Madrid, este año participan por primera vez, Barcelona y Galicia ya participaron en la pasada edición.

En Madrid, la campaña ha tenido una fuerte presencia en los mercados municipales: se han organizado actividades de todo tipo como degustaciones, *show cooking*, actividades infantiles, grabaciones de programas de cocina, conciertos, etc. y en la propia Ciudad: instalación del logotipo en mobiliario urbano como mupis, columnas y marquesinas y líneas de autobús.

En los mercados de Galicia y Barcelona se han desarrollado diversas actividades como: conciertos, exposiciones, degustaciones, visitas escolares etc., con gran difusión en redes sociales.

- **Campaña de Mercados en Navidad**

Campaña navideña anual, para la promoción de los mercados municipales, desarrollada desde 2012 por la Secretaría de Estado de

Comercio en colaboración con Mercasa, bajo el lema “Ven a tu Mercado también en Navidad”.

La campaña, que también cuenta con la colaboración de las Entidades locales y las Comunidades Autónomas, tiene como principal objetivo promocionar los productos y los Mercados Municipales durante la Navidad. Para ello se instalan carteles en mercados municipales de toda España, y se realizan actuaciones de promoción y comunicación a través de las redes sociales.

Programas de incentivos sectoriales. Plan MOVEA (Plan de Impulso a la Movilidad con Vehículos de Energías Alternativas). Ministerio de Industria, Energía y Turismo

El Plan MOVEA es una medida que forma parte de la Estrategia de Impulso del Vehículo con Energías Alternativas (VEA) en España 2014-2020, diseñada y puesta en marcha por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo en colaboración con otras entidades y Ministerios. Se ha pretendido continuar y unificar en este Plan los anteriores programas y planes de ayuda, entre ellos el Plan PIMA Aire, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y el Plan MOVELE, del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

El Plan MOVEA instrumenta la concesión de ayudas para la adquisición de vehículos eléctricos, de gas licuado del petróleo (GLP/Autogás), de gas natural comprimido (GNC) y licuado (GNL), motos eléctricas y bicicletas de pedaleo asistido por motor eléctrico, así como, siendo esta una novedad del programa, para la implantación de puntos de recarga para vehículos eléctricos en zonas de acceso público. Tiene un componente de colaboración público-privada, ya que se requiere a los puntos de venta que deseen voluntariamente adherirse al Plan MOVEA que contribuyan con un descuento mínimo de 1.000 euros por vehículo, o bien facilitar la instalación de un punto de carga en el caso de que el vehículo adquirido sea un vehículo eléctrico. Se bonificará el achatarramiento de vehículos de más de siete años con una ayuda adicional de 750 euros, a menos que los beneficiarios obtengan la

ayuda por la compra de grandes vehículos de categorías M2, N2, M3 y N3, en cuyo caso el achatarramiento del vehículo será obligatorio.

Además del apoyo a los consumidores particulares, el programa también va dirigido hacia la renovación de flotas por parte de las empresas, estableciéndose un límite máximo de adquisición de hasta treinta y cinco vehículos para autónomos y entidades públicas o privadas con personalidad jurídica, y de un vehículo para el caso de personas físicas.

Desde la puesta en marcha del programa hasta agosto 2016 ha habido 3.966 solicitudes de reserva válidamente realizadas, lo cual ha supuesto la adquisición de 3.255 vehículos eléctricos, 500 vehículos de gases licuados del petróleo (GLP) y 211 vehículos propulsados por gas natural. Asimismo, se han achatarrado 231 vehículos antiguos de manera voluntaria, y 85 vehículos de manera obligatoria para poder acceder a las ayudas de mayor importe por la adquisición de vehículos de mayor tamaño.

En cuanto a la instalación de puntos de recarga, se han recibido hasta agosto 2016 53 solicitudes válidas de ayuda para su instalación, siendo 24 de ellas puntos de recarga rápida, y estando distribuidas las solicitudes en 32 procedentes de empresas privadas, y 21 de entidades locales.

Hasta agosto de 2016 ya se han pagado a los beneficiarios 4,6 millones de euros en subvenciones, lo cual supone el 28% del presupuesto total destinado al programa, y se han adherido 2.853 puntos de venta.

6. LÍNEAS ICO DE CRÉDITO PARA EL PEQUEÑO COMERCIO

En 2016 el ICO ofrece varias líneas financieras con el objetivo de dar cobertura a las distintas necesidades de financiación de las empresas y autónomos, las empresas del sector pueden tener accesos a las siguientes líneas:

- **Línea ICO empresas y emprendedores 2016:** financiación orientada a autónomos y empresas que realicen inversiones productivas en el territorio nacional y/o necesiten cubrir sus necesidades de liquidez.
- **Línea ICO Garantía SGR /SAECA 2016:** financiación orientada a autónomos y empresas españolas o mixtas con capital mayoritariamente español que cuenten con el aval de una Sociedad de Garantía Recíproca (SGR) o SAECA.
- **Línea ICO Internacional 2016:** dirigido a fomentar la internacionalización de la empresa española, financiando tanto las inversiones en el exterior como la actividad exportadora.

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

Línea ICO Comercio Minorista 2016, 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 ofrece al sector financiación de capital circulante y para inversiones orientadas a la implantación, modernización, innovación y mejora de la eficacia y eficiencia de las Pymes y autónomos del sector del comercio minorista. Estará disponible hasta el 10 de diciembre de 2016.

7. POTENCIACIÓN DEL USO DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS

Actuaciones desarrolladas con el objetivo de 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.

En el marco del Observatorio de Pagos con tarjeta electrónica se trabaja 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.

Disminución de las tasas de intercambio

Desde septiembre de 2014 la Ley 18/2014, de 15 de octubre, establece una reducción de las tasas de intercambio al 0,2% en operaciones efectuadas a través de tarjetas de débito con un máximo de 7 céntimos por transacción y un límite para las tasas de intercambio en operaciones con tarjetas de crédito del 0,3%.

La evolución de las tasas de intercambio arroja los siguientes datos de variación: entre junio de 2014 y junio de 2015 de - 48.17% en crédito y - 82.05% en débito.

La publicación por el Banco de España de los datos relativos a tasas de intercambio y de descuento se realiza conforme la Circular 1/2015, de 24 de marzo, del Banco de España, modificada por la Circular 1/2016, de 29 de enero.

El Banco de España publica tanto los datos con carácter agregado como individualizado, para cada proveedor de servicios de pago y para cada periodo. Se proporcionan las tasas medias ponderadas y, además, en el caso de las tasas de intercambio de operaciones con particulares, las tasas máximas.

La información de las tasas de intercambio y de descuento se desglosa atendiendo a la naturaleza del titular (empresa o particulares); al tipo de tarjeta utilizada para el pago (débito o crédito) y, finalmente, a la actividad del beneficiario.

La publicidad de la web ofrece información remitida por las entidades proveedoras de servicios de pago, autorizadas para prestar servicios de pago en España, que en cada período hayan efectuado operaciones susceptibles de declaración. Los estados del Banco de España, conforme a la información suministrada se publican por trimestres, salvo lo correspondiente al mes de septiembre de 2014.

El 9 de febrero de 2016 se publicaron, en la web del Banco de España, los primeros datos requeridos a proveedores.

En la web se irá publicando la información actualizada correspondiente al último trimestre, acompañada de publicidad de mejoras que permitan la comparación de datos y seguimiento de la información reportada.

8. PROMOCIÓN DEL TURISMO DE COMPRAS EN EL EXTERIOR

España superó en 2015, por tercer año consecutivo, el récord histórico de llegadas de turistas internacionales, tras alcanzar la cifra de 68,1 millones, un 4,9% más que el año anterior; lo que se traduce en 3,2 millones de turistas internacionales adicionales. En los cuatro primeros meses del año 2016 llegaron 18,1 millones de turistas internacionales, un 13,0% más que en el mismo periodo de 2015.

En el año 2015 los turistas internacionales realizaron un gasto de 67.385 millones de euros, con un incremento interanual del 6,8%. En los cuatro primeros meses de 2016, el gasto total realizado por los no residentes ascendió a 17.900 millones de euros, un 6,4% más que en el mismo periodo de 2015.

Desde que el 18 de noviembre de 2014 se presentó el 'Plan de Turismo de Compras 2015' elaborado conjuntamente por los ministerios de Industria, Energía y Turismo; Economía y Competitividad; Hacienda y Administraciones Públicas; y Asuntos Exteriores y Cooperación, con la colaboración de las comunidades autónomas y el sector privado, se ha continuado trabajando con el objetivo general de aumentar la rentabilidad del sector turístico y del comercio interior y que esto redunde en una mayor riqueza y creación de empleo y más concretamente con los objetivos de:

- **Incrementar la notoriedad de España como destino de compras.**
- **Mejorar la oferta comercial** para adaptarla a las necesidades y los gustos de los turistas. Hacer su experiencia de compras lo más placentera, fácil y segura posible, para estimular el incremento de las transacciones y de su valor, la repetición y la recomendación.
- **Mejora en los procesos de devolución de IVA** a los turistas extracomunitarios. Para ello, la Agencia Estatal de Administración Tributaria está poniendo en marcha sistemas informáticos que permitan un mejor control de este tipo de operaciones y agilicen los trámites aduaneros

que deben efectuarse en el momento de la salida del viajero del territorio aduanero de la UE.

Actuaciones desarrolladas por Turespaña

En el primer semestre de 2016 se han planificado un total de 163 actividades para la promoción del turismo de compras, con un presupuesto total aprobado de 778.903,33 €, y un presupuesto ponderado según el peso del producto compras de 203.675,59 €.

1. Actuaciones dirigidas a incrementar la notoriedad y mejorar el posicionamiento.

a) Acciones con medios de comunicación

Se han planificado 38 acciones en esta línea, con una inversión total, por un importe total de 88.963,76 €.

b) Acciones dirigidas al consumidor final

Se han planificado 12 acciones dirigidas principalmente al consumidor final, con una inversión total, por parte de Turespaña, de 29.354,52 €. Entre estas actuaciones se encuentran 8 presentaciones y promociones al público, y 4 campañas locales.

c) Acciones singulares

Colaboración con Fitur Shopping (FITUR 2016): En la segunda edición de FITUR Shopping han participado 17 agentes invitados por las Consejerías de Turismo en Pekín, Cantón, Miami, Buenos Aires y México.

2. Acciones dirigidas a facilitar la conversión del interés en viajar a España en viaje efectivo.

a) Actuaciones dirigidas al sector profesional de viajes

- Se han planificado 22 presentaciones a agentes con un presupuesto total previsto de 30.393,01 € por parte de Turespaña.
- Organización de viajes de agentes especializados para mostrar la oferta. Se ha previsto la realización de 20 viajes de agentes con un presupuesto total previsto de 61.003,01 € por parte de Turespaña.
- Realización de jornadas directas o inversas centradas en el producto compras y/o lujo. En el primer semestre de 2016 se ha previsto la celebración de las siguientes jornadas:
 - o Jornadas Directas China (18-21 de abril). Vacacional y compras
 - o Jornadas Inversas Brasil (22-29 de junio). Lujo y compras

b) Participación en ferias especializadas

Turespaña ha participado en este semestre en 2 ferias con un componente o presencia destacada de la oferta de turismo de compras:

- Travel Week en Sao Paulo, del 3 al 6 de mayo
- ILTM Asia en Shanghai, del 31 de mayo al 3 de junio

Actividades Turismo de Compras Primer Semestre 2016	Número	Importe Ponderado	Importe Aprobado
Acciones a público final	12	6.798,41 €	29.354,52 €
Acciones con agentes de viajes y/o empresas	72	75.164,80 €	202.392,71 €
Acciones con medios de comunicación	38	15.928,92 €	88.963,76 €
Acciones on-line/Marketing directo	19	34.394,27 €	174.159,22 €
Comunicación	5	10.590,51 €	28.354,74 €
Información/Distribución de material turístico	2	1.215,46 €	2.430,92 €
Participación en ferias	2	18.966,86 €	115.668,62 €
Publicidad	13	40.616,36 €	137.578,84 €
Total	163	203.675,59 €	778.903,33 €

Procedimiento de devolución IVA Viajeros (DIVA)

DIVA es un proyecto de digitalización del sellado de las facturas para la devolución del IVA de viajeros que se está desarrollando por la Agencia

Estatal de Administración Tributaria, a través del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.

El sistema se basa en que los comercios envíen telemáticamente, a la Agencia Tributaria, las facturas correspondientes a las ventas tax free realizadas. El viajero, en el momento de abandonar el territorio de la Unión por un puerto o aeropuerto español, se presenta en el punto de sellado de IVA, con la factura digital identificada como DIVA (documento electrónico de reembolso), y con los bienes adquiridos, para su sellado digital.

El sellado de los documentos electrónicos de reembolso se realiza en unos terminales, situados en los principales puntos de salida de los viajeros con destino a terceros países. Únicamente cuando, con arreglo al sistema de análisis de riesgo, sea preciso el control, se efectuará una intervención manual de la aduana.

Los comercios utilizaran este sistema de envío electrónico de forma voluntaria, coexistiendo con el procedimiento actual de sellado manual de facturas, que podrán seguir utilizando las empresas que así lo deseen y como procedimiento de urgencia, en caso de caídas de sistemas, etc.

Estado de situación del proyecto DIVA:

- Se han colocado terminales de sellado en los aeropuertos de: Madrid-Barajas (terminal 1 y 4), Sevilla, Málaga, Asturias, Santander, Alicante, Castellón, Valencia, Girona, Lleida, Palma, Ibiza y Bilbao y en los puertos de La Línea y Algeciras de Cádiz
- El proyecto piloto, que se lanzó con Global Blue y Loewe, ha finalizado con éxito
- Los principales operadores de tax free están participando en el proyecto en distinta medida, las entidades colaboradoras autorizadas por la Agencia

Estatal de Administración Tributaria a efectuar el reembolso de las cuotas soportadas del impuesto, y los operadores, se están incorporando gradualmente al proyecto.

- La Agencia Tributaria está realizando un importante esfuerzo de difusión del proyecto, principalmente entre los comercios. Se ha desarrollado una jornada de difusión en Barcelona el día 27 de septiembre y en Madrid el 8 de noviembre, con la asistencia del secretario de Estado de Comercio.
- Está pendiente la aprobación de un cambio normativo para la plena puesta en aplicación del proyecto DIVA.

9. SEGURIDAD EN EL COMERCIO

Las actuaciones que está llevando a cabo la Policía Nacional se desarrollan en una doble vertiente:

- Sensibilización, concienciación y difusión de todas las medidas preventivas de seguridad para evitar que los comerciantes sean víctimas de infracciones penales.
- Implementación de dispositivos de seguridad con personal de seguridad ciudadana, policía judicial, policías locales y seguridad privada.

Se ha procedido al reparto de 1.000 Guías de Comercio Seguro y de 75.000 trípticos homónimos en su formato físico a todas las Delegaciones de Participación Ciudadana de España y se ha remitido digitalmente a las asociaciones de comerciantes para que difundan dichos documentos entre sus asociados, con el fin de hacer llegar al ciudadano los consejos claves para evitar convertirse en víctima de algún delito relacionado con el sector comercial.

Además, se ha realizado una difusión de estos consejos de seguridad a través de las redes sociales, principalmente Twitter, Facebook e Instagram y YouTube.

Una de las acciones novedosas que se inició en 2015 es la colocación por parte de los comerciantes en sus establecimientos, de un cartel con el logotipo de la Policía Nacional al que acompaña la frase de "Todos los hurtos y robos detectados en este establecimiento serán denunciados". Día tras día hay más establecimientos adheridos a esta iniciativa, a través de la cual se crea un efecto disuasorio para los delincuentes y que repercute, por tanto, en la prevención de los delitos que afectan al sector comercial.

En 2016 resulta fundamental mantener y en la medida de lo posible, incrementar la acción preventiva que se viene realizando por las Delegaciones

de Participación Ciudadana y las Brigadas y Áreas de Seguridad Ciudadana de la Policía Nacional, extendiéndose a la mayor parte posible del tejido comercial español la existencia y los recursos disponibles en el mismo, con la finalidad principal de proporcionar un entorno más seguro a los comerciantes.

Para ello, la Dirección General de la Policía, en colaboración con la Dirección General de Comercio Interior, va a editar nuevamente la guía práctica de seguridad y el tríptico con los principales consejos preventivos de seguridad dirigidos a comerciantes. Concretamente se editan 1.000 guías y 75.000 trípticos, que volverán a distribuirse a las distintas delegaciones de Participación Ciudadana para ser utilizadas en las campañas de intensificación del Plan.

Operativamente, cada Jefatura Superior de Policía establecerá un dispositivo policial en las fechas en las que tradicionalmente se realizan mayor número de transacciones comerciales, tales como periodos estivales, Semana Santa, Navidad, rebajas, etc.

10. SEGUIMIENTO DE LA APLICACIÓN DE LA NORMATIVA COMERCIAL

Zonas de Gran Afluencia Turística

Seguimiento de las ZGATs declaradas en las Comunidades Autónomas.

El Decreto-Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad definió por primera vez criterios básicos para la determinación de las **zonas de gran afluencia turística (ZGATs)** 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-Ley (14 municipios de más de 200.000

habitantes, con elevada ocupación hotelera o elevado número de pasajeros en cruceros turísticos).

Estos municipios son: Madrid, Palma de Mallorca, Sevilla, Valencia, Granada, Málaga, Alicante, Zaragoza, Córdoba, Las Palmas de Gran Canaria, Cartagena, Santa Cruz de Tenerife, Bilbao y Barcelona.

El Real Decreto-Ley 8/2014, de 4 de julio, tramitado posteriormente como Ley 18/2014, de 15 de octubre, reduce los límites y, en consecuencia, las Comunidades Autónomas tienen que declarar ZGATs en los municipios de su respectivo ámbito territorial que cuenten con una población de **más de 100.000 habitantes** y una elevada ocupación hotelera fijada en **600.000 pernoctaciones** en el año inmediato anterior, o que cuenten con un elevado número de pasajeros en cruceros turísticos (**400.000 pasajeros en cruceros**); con ello se incorporan diez nuevas ciudades: San Sebastián, Coruña, Salamanca (ya declarada), Santander, Oviedo, Gijón, Almería, Marbella (ya declarada), León y Jerez de la Frontera, ciudades que se unen a las 14 ya establecidas en el Real Decreto Ley 20/2012.

En el año 2016, como consecuencia de la aplicación de los citados umbrales derivada de la medición de las pernoctaciones- Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística (INE) y de la Estadística de Pasajeros de Cruceros de Puertos del Estado (datos a cierre de 2015) corresponde la declaración de Valladolid, que ya cuenta con declaración autonómica, Burgos y Vigo, ambas en proceso de tramitación de la declaración de zona de gran afluencia turística.

Cádiz, derivado del número de cruceristas registrado en 2015 no ha iniciado los trámites para su declaración. Puerto de Bahía de Cádiz se sitúa por encima de los 400.000 cruceristas, durante el año 2015. Este dato, que publicó el 16 de febrero Puertos del Estado, es un dato provisional, cuya publicación definitiva se realizará el 30 de septiembre de 2016.

A julio de 2016 en nuestro país están declaradas **697 ZGAT, en un total de 546 municipios**. La mayoría en comunidades turísticas como son Canarias,

Baleares, Cataluña, Valencia y la Comunidad de Madrid, que dispone de plena libertad de horarios comerciales desde julio de 2012 en toda la región.

Zonas de Gran Afluencia Turística		
Comunidades y Ciudades Autónomas	Nº Municipios con ZGAT	Nº ZGAT
Andalucía*	29	36
Cataluña	110	111
Madrid, Comunidad de**	179	179
Comunidad Valenciana	58	64
Galicia	3	3
Castilla y León	9	9
País Vasco	2	2
Canarias	49	146
Castilla La Mancha	12	12
Murcia, Región de	11	20
Aragón	8	8
Baleares	44	70
Extremadura	0	0
Asturias, Principado de	2	2
Navarra, Comunidad Foral de	0	0
Cantabria	24	29
Rioja, La	5	5
Ceuta***	1	1
Melilla	0	0
Total	546	697

Datos a julio de 2016

*Datos conforme a la información publicada en la web de la Junta de Andalucía

**La comunidad de Madrid dispone de libertad de horarios comerciales en los 179 Municipios de su ámbito territorial

***Ciudad Autónoma de Ceuta: libertad de apertura

Simplificación en las licencias municipales de implantaciones comerciales. Seguimiento de datos de inicio de actividad

El 25 de mayo de 2012, el Gobierno aprobó el Real Decreto-Ley 19/2012 que fue convalidado por la Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios.

Se sustituyeron por **declaraciones responsables o comunicaciones previas** las licencias municipales de apertura, instalación, funcionamiento, actividad, obras de acondicionamiento y todas aquéllas similares, que hasta ahora habían de obtenerse con carácter previo al inicio de la actividad para determinadas actividades comerciales y de servicios y hasta 300 m² de

superficie. Ha sido modificado en dos ocasiones para ampliar los umbrales a 500 y posteriormente a 750 m²

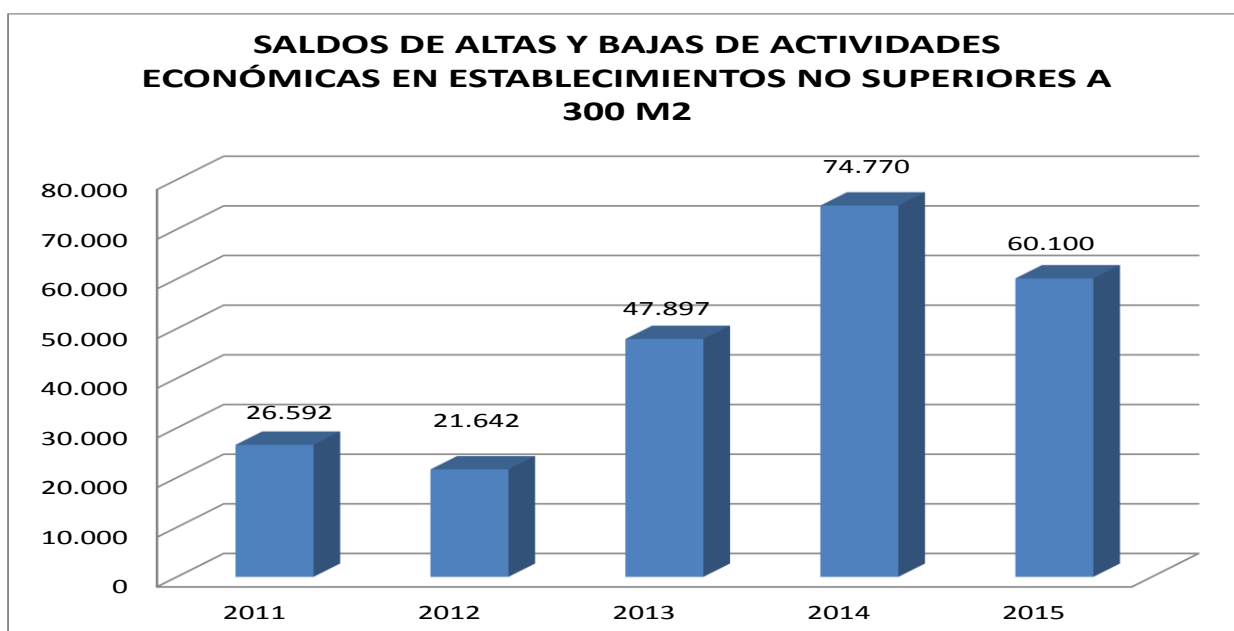
La Ley 12/2012 fue modificada por la disposición final séptima de la Ley 14/2013 de 27 de septiembre, de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización, que aumentó la lista de actividades incluidas en su ámbito de aplicación en 43 que se añadían a las existentes. Por otra parte, en la disposición final tercera de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de Garantía de la Unidad de Mercado, se aumentó el umbral de superficie de los locales comerciales, estableciéndose que la superficie útil de exposición y venta al público no debía superar los 750 metros cuadrados.

Desde la aprobación de la Ley 12/2012 y sus modificaciones posteriores se hace un seguimiento del número de altas y bajas en los epígrafes del Impuesto de Actividades Económicas (IAE) en actividades comerciales y de servicios, en establecimientos incluidos en el ámbito de aplicación de la Ley 12/2012, conforme a los datos de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT).

En 2015, en los epígrafes para establecimientos cuya superficie de venta no sea superior a 300 m² de la Ley 12/2012, se produjo un saldo de 60.100, 12.605 de comercio y 47.495 de servicios.

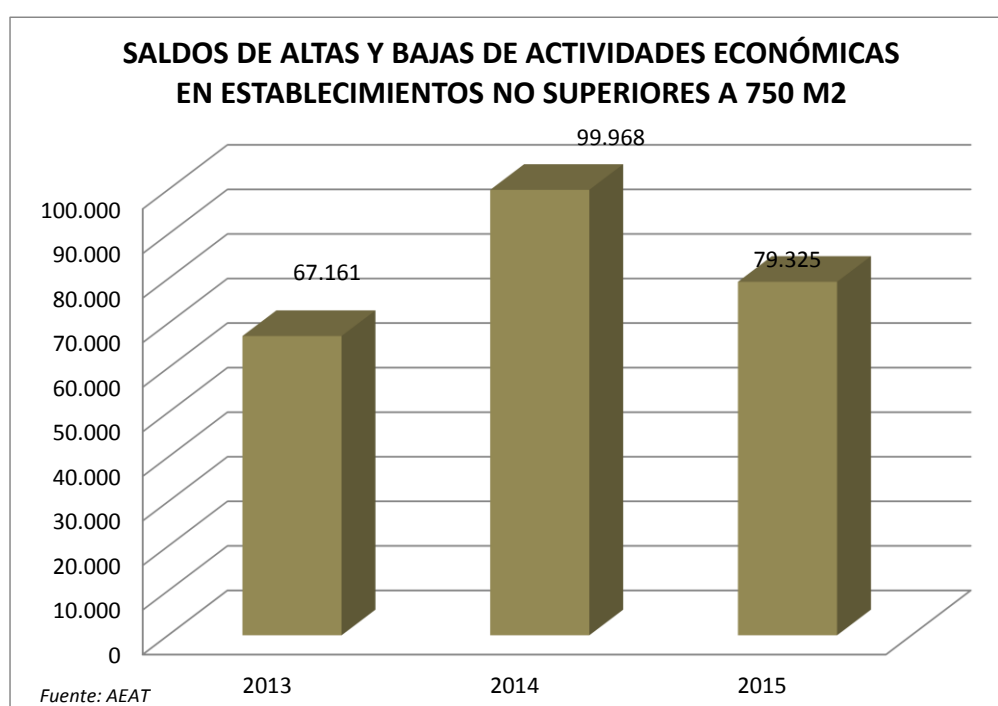
En 2015 han crecido las altas un 0,8% respecto al año 2014 (2.300 altas más) pero las bajas también han aumentado respecto al año 2014 un 8,4% (16.970 bajas más), de ahí que el saldo neto de actividades en el 2015 haya bajado respecto al 2014.

ESPAÑA SALDOS (ALTAS - BAJAS) IAE LOCALES 300 m²			
	2013	2014	2015
COMERCIO	16.116	26.438	12.605
SERVICIO	37.781	48.332	47.495
TOTALES	47.897	74.770	60.100



En 2015, en los epígrafes (comerciales y de servicios) para establecimientos cuya superficie de venta no sea superior a 750 m² (epígrafes de la Ley 12/2012 y de la Ley 14/2013), se produjo un **saldo en actividades de 79.325**, de ellas, **14.241 son de comercio y 65.084 de servicios.**

ESPAÑA SALDOS (ALTAS - BAJAS) IAE LOCALES 750 m²			
	2013	2014	2015
COMERCIO	18.415	27.597	14.241
SERVICIOS	48.796	72.371	65.084
TOTALES	67.161	99.968	79.325



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 desarrolló la fase de elaboración del Plan de Evaluación normativa para el área de Comercio. Dicho plan, que partió del análisis de la normativa que afecta a este 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 30% eran estatales y un 70% 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 fueron convocadas en el plazo de tres meses a partir de la entrada en vigor de la Ley para su análisis y para la determinación con las Comunidades Autónomas, del programa de trabajo a desarrollar.

Así, se estructuraron en los siguientes bloques las materias en las que se detectaron aspectos susceptibles de revisión conforme a la Ley:

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 cada bloque se realizaron diversas subdivisiones para delimitar las cuestiones a revisar y facilitar el trabajo.

Realizándose una identificación de 260 normas autonómicas en materia de comercio interior que podrían suponer un obstáculo a la unidad de mercado, en los ámbitos de ferias y artesanía.

En lo que a la **Implantación de establecimientos comerciales** se refiere, se han analizado los siguientes aspectos: 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.

La Dirección General de Comercio Interior, se ha centrado, por razón de su competencia, en el objetivo fundamental de simplificar e integrar en uno el procedimiento de otorgamiento de autorizaciones comerciales, con el objeto de reducir trabas y eliminar los obstáculos que pudieran persistir en las regulaciones autonómicas en esta materia. Para ello se han celebrado diversas reuniones con las Comunidades Autónomas para definir los objetivos a alcanzar, básicamente en relación con la supresión de trámites, la reducción de plazos y la integración del procedimiento en una única autoridad, ya sea ésta de carácter autonómico o del ámbito local.

De todo ello han resultado, además de la modificación de la norma básica estatal reguladora de la materia (artículo 6 de la Ley 7/1996, de 14 de noviembre, de Ordenación del Comercio Minorista (LORCOMIN)), numerosas modificaciones de las normativas autonómicas afectadas, para su plena adecuación a los nuevos mandatos de la Ley de Garantía de Unidad de Mercado y de la norma básica comercial. Finalizándose el seguimiento de las autorizaciones concedidas por las Comunidades Autónomas en el periodo 2010-2014.

La Modificación de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, se realizó mediante el Real Decreto-Ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, posteriormente convalidado mediante la Ley 18/2014, de 15 de octubre, de idéntico título. Con ella se da una nueva redacción del artículo 6 de la LORCOMIN, sobre apertura, traslado o ampliación de establecimientos comerciales, con el ya mencionado objetivo

de simplificar y racionalizar el procedimiento de otorgamiento de autorizaciones comerciales, mediante, entre otras medidas, la integración de todos los trámites que lo componen en una única autoridad otorgante y con la reducción del plazo para su resolución.

Los aspectos más relevantes de esta modificación se resumen en los siguientes:

- a) Se introduce una referencia expresa a la regla general de no sometimiento a autorización administrativa en la apertura de los establecimientos comerciales, además de regular otras situaciones (traslados y ampliaciones) que no se contemplaban en la legislación anterior.
- b) Se limitan las razones imperiosas de interés general en la exigencia de autorizaciones comerciales a las previstas en el art. 17 1 b) de la LGUM.
- c) Se profundiza en las medidas de simplificación y racionalización normativas, mediante la consagración del procedimiento integrado (todas las actuaciones se concentran en una administración –local o autonómica– que otorgará la autorización).
- d) Se reduce el plazo para la resolución de estos procedimientos de los 6 meses anteriores a los 3 meses actuales.

Asimismo, **en materia de registros comerciales**, se trabaja en un proyecto -en coordinación con las Comunidades Autónomas- con la finalidad de definir e iniciar los pasos encaminados a poder ofrecer una información integrada del contenido de estos registros, no solo para conseguir la mejora de su gestión (se facilitaría el intercambio de datos entre registros, así como la calidad de la información útil para el mejor conocimiento de los respectivos sectores económicos) sino, fundamentalmente, para poder facilitar a los ciudadanos el acceso a cuantos datos públicos pudieran ser de su interés, con independencia del domicilio social de cada uno de los operadores inscritos. Para ello se elaboró un borrador de propuesta de trabajo, que se entregó a las Comunidades Autónomas en la Conferencia Sectorial de Comercio Interior

celebrada el 9 de septiembre de 2015. Con carácter previo y preparatorio de la citada Conferencia Sectorial, el día 2 de septiembre de 2015 se celebró una reunión con técnicos de las Comunidades Autónomas, para la cual se requirió a las mismas la remisión de información acerca de los registros autonómicos operativos en materia de comercio interior, así como en materia de licencias comerciales y de subvenciones, que reflejaran la aplicación de los principios establecidos en el artículo 6 de la Ley 7/1996, de 14 de noviembre, de Ordenación del Comercio Minorista.

Existe una exigencia de telematización y su configuración debe permitir la interoperabilidad de aquellos registros que teniendo el mismo objeto, se llevan de forma paralela en cada una de las Comunidades Autónomas, de manera que se alcance la integración de la información obrante en ellos. Por ello se trabaja, en un grupo técnico, en el intercambio de indicadores y datos; lo que a su vez permitirá acometer actuaciones conjuntas y contar con mayor información cuantitativa y cualitativa que permitan un mejor conocimiento y fomento del sector.

En la Conferencia Sectorial celebrada el 8 de abril de 2016, el Director General de Coordinación y Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, informó que se encontraba muy avanzada la información suministrada por las Comunidades Autónomas acerca de los registros existentes con impacto en la unidad de mercado, aunque sin llegar al punto de interoperabilidad de registros. Asimismo se señaló, con el apoyo expreso de algunas de las Comunidades Autónomas, la necesidad de avanzar en colaboración con todas las Comunidades Autónomas para lograr una información integrada de los registros existentes en las distintas Comunidades Autónomas, en el seno del grupo de trabajo con el objetivo de crear un sistema integrado de información de registros.

Por otra parte, para el comercio minorista, la publicación de la Directiva de Servicios 2006/123/CE ha supuesto una obligación de homogeneizar una numerosa y diversa legislación afectada, con criterios de transparencia y a un ritmo al que los órganos competentes respectivos no están acostumbrados. A ello hay que señalar que dentro del sector minorista las implantaciones de las

Grandes Superficies siempre han sido asuntos de gran trascendencia y con procedimientos complejos que, como consecuencia de la publicación de la Directiva 2006/123, también están siendo revisados.

11. APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL COMERCIO Y LOS SERVICIOS

A través de ICEX España Exportación e Inversiones se llevan a cabo actuaciones para promover la apertura de establecimientos y el aumento de la facturación y el empleo en el exterior

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.

Actuaciones programadas en 2016

FERIA	Nº EMPRESAS PARTICIPANTES
○ Franchise Expo en Paris	8
○ feria Collection Première Moscú (2 ediciones)	24
○ Spain Fashion Exhibition en Seul (2 ediciones)	28
○ feria Micam de Milán (2 ediciones)	150
○ feria Mipel de Milán (2 ediciones)	8
○ feria Who's Next/Premiere Classe (París) (2 ediciones)	54
○ feria Pitti Bimbo (2 ediciones)	38
○ feria Kind & Jugend (Colonia)	17

Ventana global

En abril de 2014 se lanzó VENTANA GLOBAL, servicio de información y asesoramiento integral de las consultas sobre internacionalización que proporciona desde una plataforma común los servicios y programas de apoyo

que ofrecen todos los organismos de la Administración General del Estado: ICEX, ICO, COFIDES, CESCE, CDTI, ENISA, Expansión Exterior y también los instrumentos específicos de la Secretaría de Estado de Comercio.

La Ventana Global es accesible a través de un número de teléfono gratuito (900 349 000); correo electrónico (información@icex.es) y de una APP interactiva y gratuita disponible en tabletas electrónicas. Este servicio atiende todo tipo de consultas de empresas de muy distinto perfil, especialmente las de menor tamaño que están dando los primeros pasos en su proceso de internacionalización.

En el primer trimestre de 2016 se han atendido 20.214 consultas, con una desagregación sectorial muy similar a la de 2015.

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.

En el primer trimestre de 2016 se han prestado 1.254 servicios.

La prestación de estos servicios por sectores tiene la siguiente clasificación: Agroalimentarios: 14,88%, bebidas: 7,14%, bienes de consumo: 19,77%, materias primas, productos industriales: 40,84%, servicios: 14,77% y otros 2,60%.

Mercados electrónicos

A través del **programa eMarket Services**, se proporciona a las empresas, especialmente a las pequeñas empresas con mayores dificultades para acceder a los canales tradicionales de distribución, **información a través del portal** (<http://www.emarketservices.es> y www.emarketservices.com.) en el que se puede consultar un directorio de mercados electrónicos existentes con más de 850, un servicio de noticias diario sobre comercio electrónico y una *newsletter* quincenal, estudios de mercados específicos y una autoevaluación para la empresa para testar su potencialidad y madurez. Además se ofrece **formación mediante talleres y seminarios** por todas las regiones, y **asesoramiento personalizado sobre cómo utilizar el canal on line y especialmente los mercados electrónicos B2B y B2C** para vender en el exterior.

En el primer semestre de 2016, además de atender alrededor de **200 consultas**, están previstos **20 seminarios**.

Rutas en portales

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

Rutas de enoturismo utilizando: www.winesfromspain.com, a través de una relación de enlaces a las principales zonas de producción, sus bodegas y establecimientos de los alrededores, el visitante puede obtener información detallada de barrios, lugares de compra y zonas donde degustar los vinos y otros productos gastronómicos.

Rutas de gastronomía del portal www.foodswinesfromspain.com, en inglés y ofrece información a los visitantes sobre gastronomía, alimentos y vinos españoles. Existe un canal específico "SHOP, TRAVEL & DINE" actualizándose semanalmente y donde se ofrecen rutas de mercados, tiendas, festivales gastronómicos, restaurantes y bares de las diferentes Comunidades

Autónomas. El portal recibe una media de 18.000 visitas mensuales con más de 48.000 páginas vistas y es EE.UU. el que aporta mayor número de visitas, seguido de España, Reino Unido y Canadá.

Rutas de Moda del Portal www.fashionfromspain.com. Son rutas de compras por barrios, que incluyen los datos de localización de tiendas de marcas y diseñadores, a las que se puede acceder desde las versiones en español, inglés y japonés del portal. Permite seleccionar por ciudad, zona y sector de interés para el visitante (moda femenina, masculina, calzado, joyería, etc.). Fashionfromspain.com ha recibido cerca de 56.000 visitas en lo que va de año y se han visto cerca de 238.000 páginas, principalmente desde Estados Unidos, Japón, Francia, Reino Unido, Rusia, India, Alemania, Italia y México, además de desde España.

12. ACCIONES DE FORMACIÓN Y EMPLEO

Formación para agentes comerciales

El Centro de estudios Comerciales del ICEX (CECO) desarrolla un **Programa de Formación para Agentes Comerciales** vía *on line* con una duración de **50 horas lectivas**.

El objetivo de este curso es dotar a los futuros colegiados de nociones básicas que les faciliten el ejercicio posterior como agentes comerciales, siendo estos los que se encargan de promover, negociar o concretar las operaciones mercantiles, en nombre y por cuenta de una o varias empresas, mediante una retribución y en una zona determinada.

Jornada de formación en comercio de la Federación Española de Municipios y Provincias

Jornada: "Los Ayuntamientos dinamizadores de la economía local: los planes municipales de dinamización del comercio"

El objetivo de esta jornada de dos días de duración ha sido informar sobre los cambios legislativos que se están produciendo en el ámbito del comercio y que afectan a las entidades locales y Administraciones Públicas en general, así como exponer experiencias relacionadas con la dinamización del comercio. La Directora General de Comercio Interior participó en la presentación de la jornada y contó con personal de la Dirección General en las ponencias.

Subvenciones Públicas para planes de formación dirigidos a trabajadores ocupados

La convocatoria del año 2016 para la concesión de subvenciones públicas para planes de formación de ámbito estatal, dirigidos prioritariamente a trabajadores ocupados, fue aprobada por la Resolución de 17 de agosto de 2016, de la Dirección General del Servicio Público de Empleo Estatal. A su financiación se destinarán 250 millones con cargo al presupuesto de este organismo, de los cuales **27,47 millones** se asignan al sector del comercio. Actualmente se encuentra en fase de presentación de solicitudes.

Formación Realizada por las empresas en el ejercicio 2016

A 16 de septiembre de 2016, las empresas han desarrollado 14.464 acciones formativas correspondientes a la familia de comercio y márketing, con 159.443 participantes formados.

60.286 empresas correspondientes al sector del comercio han formado a sus trabajadores dentro del sistema de bonificaciones a la seguridad social por formación para el empleo.

En 2015 se realizaron 34.916 acciones formativas con 442.187 participantes formados en acciones de la familia profesional de comercio y márketing.

Contrato de Trabajo por tiempo indefinido de Apoyo a los Emprendedores

El contrato de trabajo por tiempo indefinido de apoyo a los emprendedores fomenta la contratación estable por parte de los emprendedores y PYMES, que suponen más del 95% del tejido productivo español, a través de bonificaciones y deducciones fiscales.

El R.D. Ley 16/2013 de 20 de diciembre extiende el **Contrato Indefinido de Apoyo a Emprendedores a las contrataciones a tiempo parcial.**

El total de contratos de emprendedores para el periodo enero/junio 2016 se muestra en el siguiente cuadro:

SEXO	COMPLETA	PARCIAL	FIJO DISCONTINUA	Total
HOMBRE	7.578	2.585	67	10.230
	7.578	2.585	67	10.230
MUJER	4.679	4.348	132	9.159
	4.679	4.348	132	9.159
Total	12.257	6.933	199	19.389

Contrato para la formación

El contrato para la formación y el aprendizaje tiene por objeto la cualificación profesional de los trabajadores en un régimen de alternancia de actividad laboral retribuida en una empresa, con actividad formativa recibida en el marco del sistema de formación profesional para el empleo, o del sistema educativo.

Total contratos para la formación en el periodo enero-junio 2016

Actividad económica (CNAE09)		N ° de contratos
45	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	499
46	Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	860
47	Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	3.880
Total		5.239

Contratos celebrados en el marco de la Ley 25/2015, de Mecanismo de Segunda Oportunidad.

Se establece un nuevo incentivo a la contratación indefinida, de carácter progresivo:

- Si la contratación es a tiempo completo, quedarán exentos de la cotización empresarial los primeros 500 euros de la base de cotización

por contingencias comunes, aplicándose el tipo vigente al resto de la base.

- Si la contratación es a tiempo parcial y la jornada de trabajo de al menos el 50% de la de un trabajador a tiempo completo comparable, esos 500 euros se reducirán proporcionalmente.

La duración es por un periodo de 24 meses, contados a partir de la fecha de efectos del contrato. Ahora bien, las empresas que al celebrar el contrato cuenten con menos de 10 trabajadores, tendrán derecho a mantener la bonificación o reducción por los primeros 250 euros de la base de cotización (o cuantía proporcional si el contrato es a tiempo parcial) durante 12 meses más.

Es de aplicación a contratos indefinidos celebrados por escrito entre el 1 de marzo de 2015 y el 31 de agosto de 2016.

Total contratos Ley 25/2015 del periodo enero-junio 2016

Actividad económica (CNAE09)		N ° de contratos
45	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	2.916
46	Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	8.256
47	Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	12597
Total		23.769

Bonificación en las cuotas empresariales a la Seguridad Social

En 2013 el Gobierno estableció una bonificación del 50% en las cuotas empresariales a la Seguridad Social durante los meses de marzo y noviembre para comerciantes vinculados al sector turístico que en dichos meses mantuvieran/generaran actividad y empleo de trabajadores con contratos de carácter fijo discontinuo.

De acuerdo con los datos disponibles por el Servicio Público de Empleo Estatal, las bonificaciones aplicadas a los comerciantes vinculados al sector turístico, entre julio de 2012 y abril de 2016 se situaron en los 58,4 millones de euros, habiéndose bonificado las empresas en concepto de 117.806 trabajadores.

Total de contratos comunicados en el periodo enero-junio 2016

Actividad económica (CNAE09)		TEMPORALIDAD	COMPLETA	PARCIAL	FIJO DISCONTINUA	TOTAL
45	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	INDEFINIDO	13.495	3.435	89	17.019
		TEMPORAL	28.620	12.853		41.473
		Total	42.115	16.288	89	58.492
46	Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	INDEFINIDO	40.051	11.092	5.352	56.495
		TEMPORAL	177.780	76.137		253.917
		Total	217.831	87.229	5.352	310.412
47	Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	INDEFINIDO	53.550	44.671	2.669	100.890
		TEMPORAL	205.826	301.284		507.110
		Total	259.376	345.955	2.669	608.000
TOTAL			519.322	449.472	8.110	976.904