Parte segunda

Líneas de apoyo al comercio

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Capítulo 9

Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio

9.1. Introducción

La Secretaría de Estado de Turismo y Comercio tiene entre sus funciones, a través de la Dirección General de Política Comercial, «la elaboración de los planes generales que contribuyan a la mejora de la calidad de las empresas del sector y de los apoyos financieros necesarios para su desarrollo, así como la cooperación con las comunidades autónomas en relación con ello».

Para el desempeño de esta función se ha elaborado el Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio 2005-2008, que tiene como objetivo final la mejora de la eficiencia y competitividad de las pequeñas y medianas empresas comerciales, en aras a lograr un equilibrio armónico de la estructura del sector, con la coexistencia de diversos formatos de empresa y establecimiento, que garanticen la competencia y la libertad de elección de los consumidores, al tiempo que se contribuya a un desarrollo equilibrado y sostenible de la estructura urbana de nuestras ciudades.

La elaboración de este nuevo Plan fue acordado en la Conferencia Sectorial de Comercio Interior celebrada el 8 de octubre de 2003, que delegó en la Mesa de Directores su elaboración definitiva y aprobación, definiendo los programas de base que debería contemplar, con objeto de que entrara en vigor en el año 2004. Las dificultades en alcanzar un acuerdo sobre el procedimiento de ejecución y financiación impidieron que pudiera estar concluido dentro del año 2003, por lo que la Conferencia Sectorial de 21 de julio de 2004 acordó continuar durante ese ejercicio con el anterior Plan Marco, e instó a la Mesa de Directores a cerrar definitivamente la redacción del nuevo Plan, manteniendo la delegación para su aprobación.

De esta forma, la Mesa de Directores Generales de Comercio, como comisión de la Conferencia Sectorial, aprobó el Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio, con un período de vigencia que va desde el año 2005 al 2008, en la reunión celebrada el 16 de noviembre de 2004, siendo formalizado mediante Acuerdo de Consejo de Ministros de 17 de diciembre de ese año.

Este nuevo Plan de ayudas contempla medidas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas comerciales, a sus asociaciones y a los ayuntamientos, en el marco de una política orientada a la consolidación del comercio urbano, manteniendo y desarrollando el modelo comercial tradicional español, mediante la mejora de la competitividad de las empresas de distribución y del entorno físico en el que se asienta el comercio de proximidad, de forma que no sólo se evite la destrucción de empleo, sino que se mejore el empleo profesional, permitiendo que los recursos humanos que se vinculan a este sector puedan prestar un mayor valor añadido en cuanto a especialización y calidad del servicio.

La necesidad de impulsar el comercio de los centros históricos de las ciudades

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

(puesto en peligro por el descenso de la demanda efectiva que en ellos se viene produciendo) por su papel esencial como vertebrador del tejido urbano, además de garantizar la oferta comercial a la población residente, ha sido considerado como un objetivo prioritario en la elaboración de los programas de ayudas contemplados en el Plan.

Con el nuevo Plan se pretende, por tanto, una mejora del entorno físico en el que las empresas comerciales puedan instalarse, respetando las condiciones de competencia del mercado y poniendo a disposición de los pequeños empresarios del sector espacios suficientemente atractivos para el desarrollo de su actividad. Además, se ha puesto también de relieve la necesidad de impulsar la mejora de la calidad del comercio minorista español, incentivando la implantación de planes de gestión de la calidad y de certificación de empresas minoristas.

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Los programas en los que se concreta el Plan persiguen la consecución del interés general tratando de impulsar actuaciones que constituyen un estímulo para la realización de inversiones adicionales, procedentes de la iniciativa privada, y que pueden generar un efecto demostración para otras empresas del sector.

Los programas previstos en el Plan son los siguientes:

1. Fomento del comercio urbano.
2. Mejora del comercio rural.
3. Fomento de la cooperación empresarial.
4. Calidad de establecimientos comerciales.
5. Información y formación.

De estos programas, los cuatro primeros se desarrollan cofinanciando ayudas concedidas por las comunidades autónomas, mientras que el quinto es realizado directamente por la Dirección General de Política Comercial.

El Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio establece una distribución de los recursos de la Dirección General de Política Comercial, en su partida presupuestaria 7.5 entre los cuatro primeros programas, que son los que se ejecutan en colaboración con las comunidades autónomas, con unas proporciones mínimas asignadas a cada uno de ellos, que son las siguientes:

Fomento del comercio urbano	50%
Mejora del comercio rural	10%
Fomento de la cooperación empresarial	10%
Calidad de establecimientos comerciales.....	10%

9.2. Ejecución del Plan en el año 2005

El año 2005 ha sido el primero en la aplicación del Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio. De acuerdo con lo previsto en él, la selección de actuaciones realizadas por las comunidades autónomas incluidas para ser cofinanciadas por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha sido realizada por la Mesa de Directores Generales, reunida en Madrid el día 8 de noviembre de 2005, que ha ratificado la propuesta presentada por el Grupo de Trabajo constituido al efecto e integrado por representantes de todas las comunidades y ciudades autónomas. Tal como prevé el Plan, al objeto de asegurar la participación equilibrada de todas las comunidades autónomas beneficiarias del mismo, se ha predeterminado la cuantía mínima de recursos aplicables a las actuaciones desarrolladas en el ámbito territorial de cada comunidad o ciudad autónoma, según el coeficiente calculado proporcionalmente a la población de derecho de cada comunidad autónoma, al número de locales comerciales existentes y a la

población activa en el sector, ramas 51 y 52 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) en ambos casos. Este coeficiente se ha aplicado al 75 por 100 del presupuesto total del capítulo 7 asignado al Plan, que en el ejercicio de 2005 ascendía a 10 millones de euros, y ha permitido determinar la cantidad mínima correspondiente a cada comunidad o ciudad autónoma, siempre que éstas hayan presentado proyectos significativos susceptibles de acogerse a estas ayudas.

Las fuentes utilizadas para el cálculo han sido las siguientes:

1. Población de derecho de las comunidades autónomas referidas al 1 de enero de 2004, recogidas en el Real Decreto 2348/2004 de 23 de diciembre (BOE de 24 de enero de 2005)

2. Número de locales comerciales estimado en el Directorio Central de Empresas del INE de 2004, en las ramas de actividad 51 y 52 de la CNAE.

3. Población activa del sector comercio, según la encuesta de población activa del INE, cuarto trimestre de 2004.

Los coeficientes relativos y cantidades resultantes son los que se recogen en el Cuadro 9.1. Debe recordarse que las Comunidades de Navarra y País Vasco no son beneficiarias de las ayudas que se conceden por el Plan Marco de Modernización del Comercio Interior debido a sus sistemas fiscales especiales.

La mayoría de las Comunidades Autónomas han superado con sus subvenciones al comercio interior la cantidad que les ha sido asignada y que les podría ser transferida. Ha habido, no obstante, dos que no han llegado a agotar el cupo que les correspondía. Se trata de Canarias y Castilla-La Mancha. En ambos casos se ha debido a que han preferido cofinaciar sus ayudas al comercio a través de sus Programas operativos regionales del FEDER, y no porque no hayan destinado fondos en sus presupuestos al fomento del comercio interior.

CUADRO 9.1
CANTIDADES MÍNIMAS ASIGNADAS A LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Comunidades Autónomas	Coeficiente relativo (%)	Cantidad asignada para 2004
Andalucía	18,78223	1.408.667,25
Aragón	3,07037	230.277,75
Asturias	2,59654	194.740,50
Baleares	2,71925	203.943,75
Canarias	4,96533	372.399,75
Cantabria	1,33317	99.987,75
Castilla-La Mancha	4,21890	316.417,50
Castilla y León	5,91368	443.526,00
Cataluña	17,32141	1.299.105,75
Extremadura	2,50566	187.924,50
Galicia	6,88417	516.312,75
Madrid	13,34085	1.000.563,75
Murcia	3,19021	239.265,75
La Rioja	0,72991	54.743,25
Comunidad Valenciana	12,07597	905.697,75
Ceuta	0,18438	13.828,50
Melilla	0,16797	12.597,75
TOTAL	100,00000	7.500.000,00

Fuente: Dirección General de Política Comercial.

En lo que a programas se refiere, los de Comercio rural y Calidad no han alcanzado el mínimo previsto al no haberse recibido solicitudes suficientes para cubrirlo.

El Grupo de Trabajo previsto en el Plan se reunió el día 3 de noviembre, elaborando una propuesta que fue elevada para su aprobación a la Mesa de Directores Generales que se reunió el 8 de noviembre, aprobando la distribución definitiva de los fondos de la Dirección General de Política Comercial entre las distintas Comunidades Autónomas y las ciudades de Ceuta y Melilla.

De esta forma, las cantidades totales transferidas a las Comunidades Autónomas de los fondos del Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio con cargo al presupuesto del año 2005 han sido las que figuran en el Cuadro 9.2, junto con la aportación de la Comunidad Autónoma que ha sido cofinanciada y las subvenciones concedidas por éstas que hubieran podido ser cofinanciadas de haber contado con presupuesto suficiente.

CUADRO 9.2
TRANSFERENCIAS REALIZADAS A LAS CCAA E INVERSIONES REALIZADAS PARA LAS QUE HAN SOLICITADO COFINANCIACIÓN (En euros)

Comunidad Autónoma	Transferencia realizada	Subvención CCAA cofinanciada	Subvención CCAA cofinanciable
Andalucía	1.459.419,63	3.648.549,07	3.653.556,17
Aragón	483.406,04	1.208.515,11	1.604.675,92
Asturias	360.155,20	900.388,00	1.440.319,00
Baleares	386.757,29	966.893,23	987.545,79
Canarias	176.432,31	441.080,77	441.080,77
Cantabria	130.073,24	325.183,10	482.792,03
Castilla-La Mancha	220.000,00	550.000,00	550.000,00
Castilla y León	701.923,20	1.754.808,00	2.139.824,83
Cataluña	1.827.005,12	4.567.512,79	6.126.451,69
Extremadura	213.781,81	534.454,53	534.454,53
Galicia	998.010,50	2.495.026,26	9.235.652,64
La Rioja	189.912,89	474.782,22	560.694,79
Madrid	1.369.843,11	3.424.607,77	3.860.237,00
Murcia	370.123,40	925.308,49	1.749.062,49
Comunidad Valenciana	905.697,75	2.264.244,38	2.264.244,38
Ceuta	127.458,52	318.646,29	318.646,29
Melilla	80.000,00	200.000,00	200.000,00
TOTAL	10.000.000,00	25.000.000,00	36.149.238,32

Fuente: Dirección General de Política Comercial.

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Es importante destacar las distintas políticas de las Comunidades Autónomas en cuanto a la presentación de expedientes a cofinanciar. Dada la limitación presupuestaria, hay Comunidades que sólo presentan algunos de sus programas o sólo parte de los expedientes que han subvencionado, lo que también se ve motivado por la obtención de cofinanciación de fondos europeos a partir de sus programas regionales. Quiere esto decir que las Comunidades que figuran en el Cuadro 9.2 con menores diferencias entre las columnas de «subvención cofinanciada» y «subvención cofinanciable» no necesariamente han destinado, proporcionalmente, menos recursos que otras que figuran con diferencias más elevadas; el esfuerzo inversor de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas en esta materia se analiza en el Capítulo 12 de este informe.

El número total de expedientes presentados y aceptados como cofinanciables, por ajustarse a lo previsto en el Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio, ha sido de 1.992, de los que 868 correspondían al programa de Fomento del comercio urbano, 230 al de Mejora del comercio rural, 413 al de Fomento de la cooperación empresarial y 481 al de Calidad de establecimientos comerciales. Los realmente cofinanciados, limitados por las disponibilidades presupuestarias, han sido 1.277 expedientes. Se han seleccionado para su cofinanciación los de mayor interés, generalmente coincidente con la mayor importancia económica de la inversión, con las condiciones señaladas de mínimos garantizados para los distintos programas y Comunidades; así, se han cofinanciado los 230 expedientes de Mejora del comercio rural y los 481 de Calidad de establecimientos comerciales, programas ambos que no han alcanzado el mínimo previsto, y 317 expedientes del programa de Fomento del comercio urbano y 249 del de Fomento de la cooperación empresarial. La distribución de recursos por programas y Comunidades Autónomas es la que figura en el Cuadro 9.3.

9.3. Información y formación

El programa de Información y formación del Plan es desarrollado directamente por la Dirección General de Política Comercial. Uno de los problemas con el que se

CUADRO 9.3
DISTRIBUCIÓN DE FONDOS TRANSFERIDOS POR PROGRAMAS

Comunidad Autónoma	Comercio urbano		Comercio rural		Cooperación empresarial		Calidad establecimientos	
	Euros	Exp.	Euros	Exp.	Euros	Exp.	Euros	Exp.
Andalucía	1.244.503,29	33	22.845,62	1	192.070,72	31	0,00	0
Aragón	215.878,11	6	0,00	0	131.192,86	13	136.335,08	324
Asturias	335.978,80	11	0,00	0	24.176,40	12	0,00	0
Baleares	320.948,27	8	0,00	0	14.609,02	2	51.200,00	128
Canarias	142.288,80	14	0,00	0	34.143,51	4	0,00	0
Cantabria	130.073,24	17	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Castilla-La Mancha	220.000,00	2	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Castilla y León	701.923,20	12	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Cataluña	594.077,44	34	220.467,17	87	1.012.460,50	123	0,00	0
Extremadura	159.359,80	7	54.422,02	9	0,00	0	0,00	0
Galicia	751.912.10	9	183.356,41	82	2.028,00	2	60.714,00	13
La Rioja	32.620,00	2	157.292,89	22	0,00	0	0,00	0
Madrid	1.140.444,09	13	203.385,76	26	26.013,26	3	0,00	0
Murcia	198.884,03	8	41.653,39	3	111.953,91	17	17.632,07	8
C. Valenciana	602.574,80	139	0,00	0	283.091,35	42	20.031,60	8
Ceuta	127.458,52	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Melilla	80.000,00	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0
TOTAL	6.998.924,47	317	883.423,25	230	1.831.739,53	249	285.912,75	481

Fuente: Dirección General de Política Comercial.

encuentran tanto las Administraciones Públicas como el propio sector de la distribución comercial, a la hora de abordar su problemática y acometer programas de actuación, es la carencia o insuficiencia de información fiable sobre su estructura y características, a lo que debe añadirse la falta de homogeneidad en el tratamiento de la información, según sus fuentes.

Por ello es deseable, mediante el desarrollo de un plan de investigación, llegar a un conocimiento lo más exacto posible de la situación actual del sector y de su previsible evolución futura. Y ello referido a aspectos tales como la estructura del comercio, de forma globalizada y por subsectores, canales de comercialización, flujos económicos desde la producción al consumo, datos coyunturales, etc.

En esta línea, durante el año 2005 se han realizado los siguientes estudios relacionados con el sector:

- Estudio comparativo sobre los niveles de precios en productos de gran consumo entre distintos formatos comerciales.
- Elaboración de una metodología para el cálculo de los márgenes de comercialización a lo largo de la cadena de valor de productos agroalimentarios: cálculo del índice de tendencia de márgenes.
- Investigación sobre los niveles de precios de alimentación y productos de droguería en las islas de La Gomera y El Hierro.
- La productividad en el sector comercial.
- El incremento de la productividad mediante la integración en la cadena de distribución de alimentos frescos.
- Investigación sobre la frecuencia de compra en mercados de droguería y perfumería.
- Perspectivas de la alimentación en el año 2010: nuevas tendencias del sector de la alimentación.
- La mejora competitiva del sector comercial en Ceuta.
- La comercialización del calzado en España.
- Tasas de descuento aplicadas al pequeño comercio por el uso de tarjetas como medio de pago.
- Análisis del comercio de bazar y tiendas de conveniencia no integradas.
- Evaluación del Plan Marco de Modernización del Comercio Interior.
- Eficacia del sistema de la franquicia.

9.3.1. Premios Nacionales de Comercio Interior 2005

El Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio, en su programa 5, prevé también el mantenimiento de las actuaciones iniciadas en el Plan Marco de Modernización del Comercio Interior, como es el Premio Nacional de Comercio Interior, en sus dos vertientes de ayuntamientos y pequeño comercio. Con objeto de adaptar los Premios a la vigente Ley General de Subvenciones, se han establecido unas nuevas bases reguladoras mediante la Orden ITC/925/2005 de 5 de abril.

En su edición de 2005 fueron convocados por Resolución de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio de 3 de junio de 2005, adjudicándose mediante Resolución de 20 de diciembre de ese año (BOE de 23 de diciembre).

Los premiados han sido:

- *Premios a Ayuntamientos*

El premio ha sido concedido al Ayuntamiento de Picanya (Valencia) y se ha concedido un accésit honorífico al de La Línea de la Concepción (Cádiz).

- *Premio al Pequeño Comercio*

El premio se ha adjudicado a la empresa Santos Ochoa, SA de Logroño.

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL