

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 fi-

nanciación 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. El Plan ha sido reformado por Acuerdo de Consejo de Ministros de 23 de junio de 2006, que formalizaba el acuerdo alcanzado en la Mesa de Directores Generales de Comercio de 24 de marzo de 2006.

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 existente, mediante la mejora de la competitividad de las empresas de distribución y del entorno físico en el que se sienta el comercio de proximidad, de forma que no sólo se evite la destrucción de empleo, sino que se mejore el empleo profesional, permitiendo



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

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 (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 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.

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 prime-

ros 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, después de la actualización del año 2006, establece una distribución de los recursos de la Dirección General de Política Comercial, en su partida presupuestaria 751 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:

1. Fomento del comercio urbano (50 por 100).
2. Mejora del comercio rural (10 por 100)
3. Fomento de la cooperación empresarial (25 por 100).
4. Calidad de establecimientos comerciales (10 por 100).

La reforma del Plan ha elevado la cantidad mínima asignada al programa de Fomento de la cooperación empresarial desde el 10 por 100 previsto inicialmente hasta el 25 por 100, proporción que empezará a aplicarse a partir del año 2007. Igualmente, dentro del programa de Fomento del comercio urbano ha introducido un subprograma de «adecuación de espacios para venta no sedentaria», actividad ésta que sólo estaba contemplada en el programa de Mejora del comercio rural y que se ha introducido también en el comercio urbano por considerar esta forma de venta una manera de complemento de la oferta y factor de competencia frente a la distribución convencional.

9.2. Ejecución del Plan en el año 2006

Tal como prevé el Plan, al objeto de asegurar la participación equilibrada de



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

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 2006 ascendía a 10,5 millones de euros, y ha permitido determinar la cantidad mínima garantizada para cada comunidad o ciudad autónoma.

Las fuentes utilizadas para el cálculo han sido las siguientes:

- Población de derecho de las comunidades autónomas referidas al 1 de enero de 2005, recogidas en el Real Decreto 1358/2005 de 18 de noviembre.
- Número de locales comerciales estimado en el Directorio Central de Empresas del INE de 2005, en las ramas de actividad 51 y 52 de la CNAE.
- Población activa del sector comercio, según la encuesta de población activa del INE, tercer trimestre de 2005.

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, tres que no han llegado a agotar el cupo que

Comunidad Autónoma	Coeficiente relativo (porcentaje)	Cantidad asignada para 2006
Andalucía.....	18,6248	1.466.703,00
Aragón	3,0768	242.294,06
Asturias.....	2,4762	194.999,96
Baleares.....	2,6675	210.065,63
Canarias	5,2088	410.190,64
Cantabria	1,3753	108.304,88
Castilla-La Mancha	4,1575	327.401,55
Castilla y León	5,6218	442.719,90
Cataluña.....	17,5702	1.383.653,25
Extremadura	2,5120	197.822,36
Galicia.....	6,5993	519.694,88
Madrid	13,7154	1.080.086,96
Murcia.....	3,2671	257.283,34
La Rioja.....	0,7160	56.385,79
Com. Valenciana.....	12,0615	949.839,98
Ceuta	0,1871	14.730,98
Melilla.....	0,1628	12.822,84
Total	100,0000	7.875.000,00

Fuente: Dirección General de Política Comercial

les correspondía. Se trata de Canarias, Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana. En los tres casos se ha debido a que han preferido cofinanciar 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.

En lo que a programas se refiere, el de Calidad no ha alcanzado el mínimo previsto al no haberse recibido solicitudes suficientes para cubrirlo.

La Mesa de Directores Generales en su reunión del 27 de octubre, aprobó 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 2006 han sido las que figuran en el Cuadro 9.2, junto con la aportación de la comunidad autónoma que ha sido cofinanciada y las subvencio-



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

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

Comunidad Autónoma	Transferencia realizada	Subvención total cofinanciada	Subvención CCAA cofinanciable
Andalucía.....	1.856.445,06	4.641.112,66	10.368.843,13
Aragón.....	463.446,68	1.158.616,71	3.176.911,53
Asturias.....	300.674,66	751.686,65	2.245.362,65
Baleares.....	367.870,56	919.676,39	2.129.266,00
Canarias.....	75.578,35	188.945,88	188.945,88
Cantabria.....	250.040,00	625.100,00	725.100,00
Castilla-La Mancha.....	252.000,00	630.000,00	630.000,00
Castilla y León.....	727.254,59	1.818.136,47	2.171.050,40
Cataluña.....	1.712.360,00	4.280.900,00	12.419.119,34
Extremadura.....	235.684,03	589.210,07	589.210,07
Galicia.....	834.459,93	2.086.149,82	13.152.045,91
La Rioja.....	238.429,68	596.074,21	746.190,27
Madrid.....	1.503.678,15	3.759.195,38	7.057.617,41
Murcia.....	346.321,74	865.804,36	1.884.644,40
Comunidad Valenciana.....	900.935,60	2.252.339,00	2.252.339,00
Ceuta.....	134.820,96	337.052,40	337.052,40
Melilla.....	300.000,00	750.000,00	750.000,00
Total.....	10.500.000,00	26.250.000,00	60.823.698,39

Fuente: Dirección General de Política Comercial



DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

nes concedidas por éstas que hubieran podido ser cofinanciadas de haber contado con presupuesto suficiente.

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, como es el caso de Castilla-La Mancha o la Comunidad Valenciana, como tendremos ocasión de ver en el capítulo 12 de este informe, donde aparece recogido el esfuerzo inversor de las distintas comunidades y ciudades autónomas.

El número total de expedientes presentados por las comunidades autónomas ascendió a 2.517, con una subvención autonómica de 63.348.973,12 euros. Una vez depurados estos expedientes, eliminando aquellos que no se ajustan a lo previsto en el Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio, han sido aceptados 2.265, que suponen una inversión de 303.330.477,17 euros y que han recibido unas ayudas totales de 60.823.698,39 euros, de los que 905 correspondían al programa de Fomento del comercio urbano, 681 al de Mejora del comercio rural, 469 al de Fomento de la cooperación empresarial y 210 al de Calidad de establecimientos comerciales; de estos últimos, 65 corresponden a ayudas para la certificación de establecimientos comerciales de acuerdo con la norma UNE 175.001 y los 145 restantes a mejoras informáticas. Los realmente cofinanciados, limitados por las disponibilidades presupuestarias, han sido 1.006 expedientes. Se han seleccionado para su cofinanciación los de mayor interés, generalmente coincidente con la mayor importancia

CUADRO 9.3
DISTRIBUCIÓN DE FONDOS TRANSFERIDOS POR PROGRAMAS

Comunidad Autónoma	Comercio urbano		Comercio rural		Cooperación empresarial		Calidad establecimientos	
	Euros	Expedientes	Euros	Expedientes	Euros	Expedientes	Euros	Expedientes
Andalucía	1.499.851,25	4	356.593,81	6	0,00	0	0,00	0
Aragón	153.922,73	3	110.624,22	13	111.189,88	18	87.709,86	130
Asturias	0,00	0	0,00	0	221.739,60	54	78.935,06	11
Baleares	204.200,00	1	116.649,35	22	47.021,20	15	0,00	0
Canarias	55.620,05	5	0,00	0	19.958,30	3	0,00	0
Cantabria	250.040,00	4	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Castilla-La Mancha	252.000,00	2	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Castilla y León	727.254,59	11	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Cataluña	1.140.602,87	14	487.656,88	157	84.100,25	39	0,00	0
Extremadura	181.445,00	8	54.239,02	7	0,00	0	0,00	0
Galicia	504.103,22	4	139.695,34	18	176.856,57	32	13.804,80	35
La Rioja	68.906,20	8	108.920,64	14	46.004,75	5	14.598,10	10
Madrid	1.002.621,84	11	348.098,06	36	152.958,25	15	0,00	0
Murcia	146.480,58	5	33.000,00	3	147.615,89	39	19.225,28	6
Comunidad Valenciana	345.104,00	8	0,00	0	532.680,00	210	23.151,60	18
Ceuta	134.820,96	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Melilla	300.000,00	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Total	6.966.973,30	90	1.755.477,32	276	1.540.124,68	430	237.424,70	210

Fuente: Dirección General de Política Comercial

económica de la inversión, con las condiciones señaladas de mínimos garantizados para los distintos programas y comunidades; así, se han cofinanciado los 210 de Calidad de establecimientos comerciales, programa que no ha alcanzado el mínimo previsto, y 90 expedientes del programa de Fomento del comercio urbano, 276 del programa de Mejora del comercio rural y 430 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.

En el año 2006, el programa de Fomento del comercio urbano sigue acaaparando la mayor parte del presupuesto, aunque se han concedido subvenciones de mayor volumen unitario, siendo menor el número de expedientes que en el año precedente. Por comunidades autónomas destacan:

En Andalucía, a los Ayuntamientos de Cádiz, para la rehabilitación del mercado central, Sevilla para la construcción del nuevo mercado del barrio de Bellavista, Estepona, para urbanización de calles comerciales y Alcalá de Guadaira, para cons-

trucción del mercado de abastos, con ayudas totales que oscilan entre 360.000 y 400.000 euros.

En Aragón se han destinado a microurbano comercial y contratación de gerentes para las asociaciones de comerciantes de Jaca, Binéfar-Litera y Centro Histórico de Teruel, por importes de 80.000, 183.000 y 122.000 euros, respectivamente.

En Baleares se ha destinado a la rehabilitación del mercado municipal de Inca, a través de su ayuntamiento, con una subvención de 204.200 euros.

En Canarias destaca la ayuda concedida para la dinamización comercial del centro de Santa Cruz de Tenerife, a través de la asociación de comerciantes, con una ayuda de 90.000 euros.

En Cantabria la principal ayuda ha sido para el Ayuntamiento de Santander para adecuación urbana del Centro comercial abierto, con una ayuda de 400.000 euros.

En Castilla-La Mancha se han cofinanciado dos ayudas a los Ayuntamientos de Albacete, para la rehabilitación comercial del centro urbano, por valor de 300.000 euros, y de Daimiel, por valor de 330.000



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

euros para la rehabilitación del mercado municipal de abastos.

En Castilla y León destaca sobre todas, como en el año precedente, la ayuda al Ayuntamiento de Burgos para el nuevo mercado sur, por valor de 600.000 euros, a la que habría que añadir la concedida al Ayuntamiento de Béjar, por valor de 170.000 euros, para microurbanismo comercial en la zona de la Puerta de Ávila.

En Cataluña destaca la subvención al Institut Municipal de Mercats de Barcelona, de 450.000 euros, destinada a las reformas de los mercados de La Barceloneta, Sarriá y La Llibertat. Le siguen, por orden de importancia, las ayudas al Ayuntamiento de Cambrils, por un valor de 235.600 euros, para la peatonalización de zonas comerciales, y cinco ayudas de 220.000 euros cada una a los Ayuntamientos de Lérida, Castelldefels, Molins de Rei, Ripollet y Sant Boi de Llobregat, para peatonalizaciones de zonas comerciales en los dos primeros y para reformas del mercado municipal en los tres restantes.

En Extremadura las ayudas más importantes se han destinado a los Ayuntamientos de Villafranca de los Barros y Moraleja, para las reformas de sus mercados de abastos, por valores de 78.800 y 54.900 euros respectivamente.

En Galicia, se han destinado a los Ayuntamientos de Boiro, Porriño, Rianxo y Chantada, para adecuación comercial de calles centrales, por valores que oscilan entre 310.000 y 200.000 euros.

En La Rioja vuelven a ser los primeros beneficiarios la asociación de comerciantes de la zona centro de Logroño («las 100 tiendas»), para organización asociativa, con una ayuda total de 78.000 euros.

En Madrid continúan destacando las ayudas a asociaciones de comerciantes para mejoras y acondicionamiento de mercados, entre las que se encuentran las del mercado de Santa María de la Cabeza, las

del mercado Guillermo de Osma, ambas en Madrid, y la de Majadahonda, con ayudas de 597.000, 328.000 y 360.000 euros respectivamente.

En la Comunidad de Murcia, las ayudas se han concedido a ayuntamientos, para mejora del centro comercial tradicional de sus ciudades, habiendo sido concedidas a los de Murcia, por 108.000 euros, Lorca, Mula, Cieza y Cartagena, por valores que se encuentran entre 66.000 y 63.000 euros.

En la Comunidad Valenciana destaca la ayuda concedida a la Confederación Valenciana de Comercio, por valor de 500.000 euros, para la mejora del pequeño comercio y entorno urbano de Agullent y al Ayuntamiento de Elda para la mejora de su mercado municipal, por valor de 685.500 euros.

En la ciudad de Ceuta se ha continuado con la adecuación del centro urbano para mejorar su atractivo comercial, con una inversión de 337.000 euros y en la de Melilla la remodelación del Centro comercial abierto de 750.000 euros.

De las actuaciones correspondientes al programa de comercio rural, 212 han tenido como beneficiarios a empresas comerciales y 64 a ayuntamientos, básicamente para la mejora de espacios públicos destinados a la venta ambulante, y localizados en la comunidades de Baleares, Aragón, Madrid, Cataluña y Andalucía.

En el programa de cooperación empresarial, entre las ayudas más significativas, destacan, por comunidades autónomas, las siguientes:

En Aragón, la concedida a la Confederación de Empresarios del Comercio de Aragón, por valor de 106.000 euros, para el estudio del sector en la comunidad autónoma.

En Asturias, las ayudas han estado muy repartidas, siendo la más significativa la destinada a la Unión de Comerciantes de



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

Avilés y Comarca, por valor de 85.700 euros para la campaña de fidelización al comercio de la ciudad.

Lo mismo sucede en Baleares, donde la ayuda más importante, de 20.600 euros, ha sido para la Fundación Instituto Balear para la Investigación del Comercio, para la creación de la página web «Shopping Mallorca».

En Canarias se han concedido ayudas a las asociaciones de comerciantes de La Laguna, Santa Brígida y La Orotava, para fomento del asociacionismo, por valores de 22.000, 20.000 y 8.000 euros respectivamente.

En Cataluña, destacan las ayudas al gremio de comerciantes de bicicletas de Cataluña, al Gremio provincial de pastelería de Barcelona, y al gremio de comerciantes de charcutería y carnicería de la comarca del Gironés, por valores de 22.000 euros para actividades de organización de la asociación.

En Galicia la principal ayuda se ha concedido a la asociación Compostela Monumental, por un importe de 47.000 euros para equipamiento y establecimiento de redes de comunicación y fomento del comercio electrónico.

En La Rioja, las principales ayudas han sido para la Asociación del comercio del mueble, de Nájera, y la de comerciantes de Haro, con valores de 45.000 y 37.000 euros, para actividades de organización asociativa.

En la Comunidad de Madrid, las principales ayudas de este programa se han concedido a la agrupación de comercios y empresas de Getafe, por valor de 60.000 euros y a la Asociación de comerciantes de electrodomésticos, por valor de 49.000 euros, en ambos casos para la incorporación de las PYMEs comerciales a la sociedad de la información.

En Murcia, destaca la ayuda a la Federación de empresarios de comercio de la

Región de Murcia y a la Unión comarcal de comerciantes de Lorca, por valores de 40.000 y 37.300 euros respectivamente, para contratación de personal, en el primer caso, y para fortalecimiento de imagen corporativa en el segundo.

En la Comunidad Valenciana destaca la ayuda concedida a la Federación de comerciantes del mueble de la Comunidad Valenciana, por valor de 62.300 euros, para la elaboración del directorio de establecimientos de la comunidad.

De las 210 ayudas cofinanciadas a través del programa de Calidad de establecimientos comerciales, 145 se han destinado a adaptación de las empresas a la sociedad de la información y 65 a la implantación de la Norma de Calidad UNE 175.001. Se han destinado a equipos informáticos las 130 ayudas de Aragón, las 10 de La Rioja y las 5 de Murcia. Por el contrario, se han destinado a la implantación de la Norma UNE, o a los estudios previos a la certificación, las 11 de Asturias, las 35 de Galicia, las 18 de la Comunidad Valenciana y 1 de Murcia.

La inversión total que ha sido financiada a través de este Plan asciende a 83.115.199,46 euros, lo que supone una media de un 31,58 por 100 de financiación total con cargo a fondos públicos, y un 12,63 por 100 con cargo al presupuesto del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través del Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio. Destacan con tasa más alta la Comunidad de Baleares con el 73,6 por 100 siendo la más baja la de Cataluña, con sólo el 12,16 por 100, debido al establecimiento de topes máximos de ayudas que esta comunidad establece en sus convocatorias, lo que es especialmente apreciable en las ayudas a ayuntamientos, en los que las inversiones son especialmente elevadas. En las ciudades de Ceuta y Melilla, la inversión es realizada directamente por sus respecti-



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

CUADRO 9.4
INVERSIONES REALIZADAS Y SUBVENCIÓN CONCEDIDA POR LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS
(En euros)

Comunidad Autónoma	Inversión	Subvención CCAA y D. G. Pol. Com.	Porcentaje Subvención/inversión
Andalucía.....	9.283.037,25	4.641.112,66	50,00
Aragón.....	2.907.768,02	1.158.616,71	39,85
Asturias.....	1.649.044,00	751.686,65	45,58
Baleares.....	1.249.671,11	919.676,39	73,59
Canarias.....	285.191,57	188.945,88	66,25
Cantabria.....	2.279.276,50	625.100,00	27,43
Castilla-La Mancha.....	1.216.720,95	630.000,00	51,78
Castilla y León.....	2.687.694,92	1.818.136,47	67,65
Cataluña.....	35.190.561,04	4.280.900,00	12,16
Extremadura.....	1.765.049,07	589.210,07	33,38
Galicia.....	3.542.570,11	2.086.149,82	58,89
La Rioja.....	2.260.959,66	596.074,21	26,36
Madrid.....	11.380.700,64	3.759.195,38	33,03
Murcia.....	2.188.629,49	865.804,36	39,56
Comunidad Valenciana.....	4.141.272,73	2.252.339,00	54,39
Ceuta.....	337.052,40	337.052,40	100,00
Melilla.....	750.000,00	750.000,00	100,00
Total.....	83.115.199,46	26.250.000,00	31,58

Fuente: Dirección General de Política Comercial



DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

vas administraciones. En el Cuadro 9.4 se recoge la inversión y tasa de financiación por comunidades autónomas

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 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, etcétera.

En esta línea, durante el año 2006 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.
- Los procesos de formación de márgenes y precios de los productos de alimentación frescos.
- La comercialización de juguetes en España.
- La comercialización de productos de droguería y perfumería en España.
- Tasas de descuento aplicadas al pequeño comercio por el uso de tarjetas como medio de pago.
- El comercio rural en España.
- Análisis de la externalización de servicios en el comercio minorista.
- Plan para la implantación de la trazabilidad en los productos frescos comercializados a través de la red de Mercas.
- Diagnóstico sobre el sector de em-

presas españolas de distribución de materiales cerámicos para la construcción.

- Análisis de la variación de los precios de venta y alquiler de locales comerciales en centros urbanos.

- Nivel de concentración de la competencia comercial en el sector de venta de electrodomésticos.

- Elaboración y difusión de las ponencias y estudios presentados en el 6º Congreso Nacional de Centrales de Compra.

- Manual sobre transformación, crecimiento e integración de pequeñas empresas comerciales.

La cantidad total invertida en este programa ha sido 588.672 euros.

9.3.1. Premios Nacionales de Comercio Interior 2006

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. Las bases reguladoras fueron establecidas nuevamente, para adaptarlas a la vigente Ley General de Subvenciones, por la Orden ITC/925/2005 de 5 de abril.

En su edición de 2006 fueron convocados por Resolución de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio de 13 de junio de 2006, adjudicándose mediante Resolución de 22 de noviembre de ese año (BOE de 8 de diciembre).

Los premiados han sido:

1. Premio a Ayuntamientos

El premio ha sido concedido al Ayuntamiento de Vitoria (Álava) y se ha concedido un accésit honorífico al de Albacete.

2. Premio al Pequeño Comercio

El premio se ha adjudicado a la Asociación de Empresarios y Profesionales Centro Comercial Abierto Compostela Monumental y se han concedido dos accésit de carácter honorífico a la Carnicería Charcutería Elvira, de Vitoria y a Musgo, de Madrid.



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

