

**Parte segunda**

**Líneas de apoyo al comercio**



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**



# 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. 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 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



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

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 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.

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, después de la actualización del año 2006, 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:

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 ha empezado 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 2007

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 2007 ascendía a 12 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 2006, recogidas en el Real Decreto 1627/2006 de 29 de diciembre.

- Número de locales comerciales estimado en el Directorio Central de Empresas del INE, de 2006, en las ramas de actividad 51 y 52 de la CNAE.

- Población activa del sector comercio, según la encuesta de población activa del INE, cuarto trimestre de 2006.

- 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 de Mejora de la Calidad en el Comercio 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. Solamente la Comunidad de Castilla-La Mancha ha solicitado una cofi-

Comunidad autónoma	Coficiente relativo (Porcentaje)	Cantidad asignada para 2007
Andalucía .....	18,53168	1.667.851,20
Aragón .....	3,00559	270.503,10
Asturias .....	2,55406	229.865,40
Baleares .....	2,69855	242.869,50
Canarias .....	5,21461	469.314,90
Cantabria .....	1,30473	117.425,70
Castilla-La Mancha .....	4,19553	377.597,70
Castilla y León .....	5,59009	503.108,10
Cataluña .....	17,14797	1.543.317,30
Extremadura .....	2,44091	219.681,90
Galicia .....	6,64800	598.320,00
La Rioja .....	0,72335	65.101,50
Madrid .....	13,76920	1.239.228,00
Murcia .....	3,44525	310.072,50
Com. Valenciana .....	12,38782	1.114.903,80
Ceuta .....	0,18211	16.389,90
Melilla .....	0,16055	14.449,50
<b>TOTAL</b>	<b>100,00000</b>	<b>9.000.000,00</b>

*Fuente: Dirección General de Política Comercial.*

nanciación inferior al cupo que se le había asignado, lo que se ha debido a que ha preferido cofinanciar sus ayudas al comercio a través de su Programa Operativo Regional 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. Tampoco se ha alcanzado el mínimo previsto para el programa de Cooperación, si bien es este caso se ha debido a los desajustes existentes entre las distintas comunidades, de forma que para llegar al mínimo asignado a cada una de ellas no ha podido ajustarse la cifra global por programas.

El Grupo de Trabajo previsto en el Plan se reunió el día 7 de noviembre, elaborando una propuesta que fue elevada para su aprobación a la Mesa de Directores Generales que se reunió el 13 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



**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 CCAA cofinanciada	Subvención CCAA cofinanciable
Andalucía.....	1.938.127,16	4.845.317,91	5.398.452,00
Aragón.....	513.203,37	1.283.008,42	3.809.749,05
Asturias.....	339.502,40	848.756,00	2.359.772,00
Baleares.....	414.568,33	1.036.420,83	1.408.328,82
Canarias.....	616.016,43	1.540.041,07	1.593.015,87
Cantabria.....	271.179,25	677.948,10	817.948,10
Castilla-La Mancha.....	220.000,00	550.000,00	550.000,00
Castilla y León.....	764.662,66	1.911.656,65	1.911.656,65
Cataluña.....	1.779.231,24	4.448.078,11	9.979.195,25
Extremadura.....	293.047,03	732.617,57	3.356.888,11
Galicia.....	885.348,55	2.213.371,37	15.717.987,87
La Rioja.....	255.338,70	638.346,76	1.324.457,71
Madrid.....	1.562.638,24	3.906.595,61	10.070.123,76
Murcia.....	412.649,46	1.031.623,64	1.901.182,61
Com. Valenciana.....	1.234.487,18	3.086.217,96	3.133.015,66
Ceuta.....	250.000,00	709.704,08	935.704,08
Melilla.....	250.000,00	770.715,00	770.715,00
<b>TOTAL</b>	<b>12.000.000,00</b>	<b>30.230.419,08</b>	<b>65.038.192,54</b>

*Fuente: Dirección General de Política Comercial.*



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

Ceuta y Melilla. Esta asignación definitiva fue presentada a la Conferencia Sectorial de Comercio Interior el 20 de noviembre y formalizada por Acuerdo de Consejo de Ministros de 30 de noviembre.

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 2007 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.

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 co-

munidades 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, Castilla y León 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 3.506, con una subvención autonómica de 71.176.088,39 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 2.546, que suponen una inversión de 180.528.097,53 euros y que han recibido unas ayudas totales de 65.038.192,54 euros, de los que 1.054 correspondían al programa de Fomento del comercio urbano, 542 al de Mejora del comercio rural, 613 al de

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.....	1.565.600,72	12	313.360,74	10	59.165,70	5	0,00	0
Aragón.....	0,00	0	0,00	0	398.548,54	11	114.654,82	138
Asturias.....	207.186,40	5	0,00	0	31.714,40	1	100.601,60	8
Baleares.....	372.000,00	5	34.336,33	9	8.232,00	1	0,00	0
Canarias.....	338.236,12	28	0,00	0	234.848,30	16	42.932,00	4
Cantabria.....	160.000,00	1	20.000,00	5	91.179,24	6	0,00	0
Castilla-La Mancha.....	220.000,00	2	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Castilla y León.....	764.662,66	19	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Cataluña.....	1.151.620,98	16	510.735,07	88	116.875,19	18	0,00	0
Extremadura.....	271.696,89	3	21.350,14	4	0,00	0	0,00	0
Galicia.....	343.447,01	1	0,00	0	226.570,22	17	315.331,32	8
La Rioja.....	0,00	0	130.360,78	4	60.589,80	5	64.388,12	42
Madrid.....	687.523,11	3	326.869,21	25	548.245,92	51	0,00	0
Murcia.....	266.746,20	5	36.960,00	3	99.489,87	13	9.453,38	5
Com. Valenciana.....	537.448,26	38	0,00	0	544.587,25	143	152.451,68	132
Ceuta.....	250.000,00	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0
Melilla.....	250.000,00	1	0,00	0	0,00	0	0,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>7.386.168,36</b>	<b>140</b>	<b>1.393.972,28</b>	<b>148</b>	<b>2.420.046,44</b>	<b>287</b>	<b>799.812,92</b>	<b>337</b>

Fuente: Dirección General de Política Comercial.

Fomento de la cooperación empresarial y 337 al de Calidad de establecimientos comerciales; de estos últimos, 199 corresponden a ayudas para la certificación de establecimientos comerciales de acuerdo con la norma UNE 175.001 y los 138 restantes a mejoras informáticas. Los realmente cofinanciados, limitados por las disponibilidades presupuestarias, han sido 912 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 337 de Calidad de establecimientos comerciales, programa que no ha alcanzado el mínimo previsto, y 140 expedientes del programa de Fomento del comercio urbano, 148 del programa de Mejora del comercio rural y 287 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 2007, el programa de Fomento del comercio urbano sigue acaparando la mayor parte del presupuesto

(el 61,55 por 100), aunque sea el de menor número de expedientes cofinanciados (el 15,35 por 100), debido al mayor volumen unitario de las inversiones y ayudas. Por comunidades autónomas destacan:

En *Andalucía*, a los Ayuntamientos de Huelva, para la reforma de infraestructuras de los mercados de abastos, con una ayuda total de 785.000 euros, Cádiz, con tres ayudas de 510.000, 440.000 y 370.000 euros, para remodelación de áreas de fuerte carácter comercial, y Jaén, con una ayuda de 345.000 euros también para la mejora de áreas urbanas de carácter comercial han recibido las mayores ayudas en este programa.

En *Asturias* las principales ayudas han correspondido a los Ayuntamientos de Tineo y Gijón, con subvenciones totales de 134.000 y 115.000 euros respectivamente, para actuaciones de mejora en zonas comerciales.

En *Baleares* se ha destinado a la rehabilitación del mercado municipal de Inca, a través de su ayuntamiento, con una subvención de 400.000 euros.

En *Canarias* las ayudas han estado muy repartidas, destacando la concedida



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

al Ayuntamiento de Candelaria, por importe de 250.000 euros para la armonización estética de su centro comercial abierto.

En *Cantabria* el único expediente de este programa ha tenido como beneficiario al Ayuntamiento de Santander para peatonalización de calles de su centro urbano con alta densidad comercial, con una ayuda de 400.000 euros.

En *Castilla-La Mancha* se han cofinanciado dos ayudas a los Ayuntamientos de Daimiel, por valor de 300.000 euros, para la rehabilitación del mercado municipal de abastos, y Guadalajara, para la rehabilitación comercial del centro urbano, por valor de 250.000 euros.

En *Castilla y León* destaca sobre todas, como en los años precedentes, la ayuda al Ayuntamiento de Burgos para el nuevo mercado sur, por valor de 600.000 euros, al igual que las concedidas al Ayuntamiento de Béjar, por valor de 300.000 y 105.000 euros, para microurbano comercial en las calles Miguel de Unamuno y Solano y en la calle Mayor; también se han concedido dos ayudas al Ayuntamiento de Medina del Campo, para rehabilitación de calles comerciales, por valor de 163.000 y 111.000 euros.

En *Cataluña* destaca la subvención al Institut Municipal de Mercats de Barcelona, de 600.000 euros, destinada a las reformas de varios mercados. Le siguen, por orden de importancia, las ayudas al Ayuntamiento de Esplugas de Llobregat, por valor de 230.000 euros para mejoras en su mercado municipal, y a los de San Cugat del Vallés y Torredembarra, con valores de 223.000 y 205.000 euros para mejoras del espacio urbano en zonas comerciales.

En *Extremadura* la ayuda más importante se han destinado a la Asociación de Comerciantes del Centro Comercial Abierto de la calle Menacho, en Badajoz, por valor de 450.000 euros para la mejora del Centro

Comercial, y a los Ayuntamientos de Zahinos y Trujillo, para la reforma de su mercado de abastos en el primero y la construcción de uno nuevo en el segundo, con ayudas de 90.000 y 139.000 euros respectivamente.

En *Galicia*, la única ayuda en este programa se ha concedido al Ayuntamiento de Boiro, para la peatonalización del segundo tramo de la calle Pablo Iglesias y la Plaza de la Mancomunidad, por valor de 859.000 euros.

En *La Rioja* el principal beneficiario ha sido el Ayuntamiento de Logroño, con una ayuda de 64.000 euros para la promoción de su mercado municipal.

En *Madrid* continúan destacando las ayudas a asociaciones de comerciantes para mejoras y acondicionamiento de mercados, entre las que se encuentran las del mercado del Puente de Vallecas y de Ibiza, con ayudas de 632.000 y 505.000 euros, así como al Ayuntamiento de Torrejón de Ardoz, para el acondicionamiento comercial del área de la Plaza Mayor, con una ayuda total de 581.000 euros.

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 Lorca, por valor de 176.000 euros, Ceutí, Fortuna, Murcia y Yecla, por valores que se encuentran entre 140.000 y 105.000 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 a «Cierval», para acciones también en este municipio, por valor de 300.000 euros.

En la *Ciudad de Ceuta* se ha continuado con la adecuación del centro urbano para mejorar su atractivo comercial, cofinanciando una inversión de Procesa por valor de 710.000 euros y en la de Melilla



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

la remodelación del centro comercial abierto, realizada por Promesa, con una inversión de 771.000 euros. En ambas ciudades la aportación de este Ministerio ha sido de 250.000 euros.

Las subvenciones citadas para el resto de comunidades autónomas han sido cofinanciadas en un 40 por 100 con cargo al Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio.

De las 148 actuaciones correspondientes al programa de Comercio rural, 107 han tenido como beneficiarios a empresas comerciales y 41 a ayuntamientos, básicamente para la mejora de espacios públicos destinados a la venta ambulante, especialmente localizados en la Comunidades de Cataluña y Andalucía, si bien la de mayor importancia económica se encuentra en la Comunidad de Madrid, y corresponde a una subvención de algo más de 200.000 euros al Ayuntamiento de Coslada para condicionamiento de su mercadillo. Son también importantes las ayudas concedidas a los Ayuntamientos de Besalú, en Gerona, por valor de 145.000 euros, Paymogo y Calañas, en Huelva, por valor de 170.000 y 120.000 euros respectivamente, y Santisteban del Puerto, en Jaén, con una ayuda de 118.000 euros.

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

En *Andalucía* se han concedido cinco ayudas, a las Asociaciones de Empresarios del Comercio de Jaén, Granada, Huelva, Almería y Roquetas de Mar, por valores que oscilan entre 100.000 y 70.000 euros.

En *Aragón*, las concedidas a la Asociación de Comercio y Servicios de Binefar y La Litera y a la Asociación de Comerciantes, Industriales y Profesionales del Centro, en Teruel, ambas por valor de

140.000 euros, y a la de Huesca, por valor de 127.000 euros, en aplicación de un convenio bianual para gestión y promoción comercial.

En *Asturias* se ha concedido una ayuda a la Asociación de Comerciantes de Avilés y comarca, por valor de 79.000 euros para la campaña de fidelización al comercio de la ciudad.

En *Baleares*, se ha financiado una ayuda a la Asociación Intersectorial de Pequeños y Medianos Empresarios de Formentera para promoción comercial, por valor de 20.500 euros.

En *Canarias* la subvención más destacada se ha concedido a FADUCA, Federación de Áreas Urbanas de Canarias, para asistencia técnica en áreas comerciales abiertas, por valor de 235.000 euros.

En *Cantabria* destacan las ayudas a la Asociación de Comerciantes de Reinosa y del Valle de Buelna, por valores de 75.000 y 40.000 euros, para dinamización comercial.

En *Cataluña* se han cofinanciado 18 ayudas y 17 en Galicia, todas ellas de poca entidad, no superando ninguna de ellas los 20.000 euros.

En *La Rioja*, la principal ayuda ha sido para la Asociación del Comercio del Mueble de Nájera, por valor de 100.500 euros, para actividades de organización asociativa.

En la *Comunidad de Madrid* se han cofinanciado muchas ayudas dentro de este programa, destacando las concedidas a la Asociación Empresarial para la Formación y el Empleo en el Comercio, por valor de 100.000 euros, y a CECOMA, por valor de 92.000 euros, ambas para mobiliario y equipamiento informático de las asociaciones.

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



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

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

Comunidad autónoma	Inversión	Subvención CCAA	Porcentaje subvención/inversión
Andalucía .....	16.079.981,83	4.845.317,91	30,13
Aragón .....	2.224.621,91	1.283.008,42	57,67
Asturias .....	1.536.426,40	848.756,00	55,24
Baleares .....	1.443.044,29	1.036.420,83	71,82
Canarias .....	3.968.182,17	1.540.041,07	38,81
Cantabria .....	2.586.521,88	677.948,10	26,21
Castilla-La Mancha .....	655.000,00	550.000,00	83,97
Castilla y León .....	2.709.866,69	1.911.656,65	70,54
Cataluña .....	2.709.866,69	4.448.078,11	15,9
Extremadura .....	1.564.277,31	732.617,57	46,83
Galicia .....	3.674.235,28	2.213.371,37	60,24
La Rioja .....	2.496.598,44	638.346,76	25,57
Madrid .....	10.637.897,29	3.906.595,61	36,72
Murcia .....	1.447.625,78	1.031.623,64	71,26
Com. Valenciana .....	6.337.665,33	3.086.217,96	48,7
Ceuta .....	709.704,08	709.704,08	100
Melilla .....	770.715,00	770.715,00	100
TOTAL .....	86.825.870,04	30.230.419,08	34,82

Fuente: Dirección General de Política Comercial.

valores de 40.000 y 45.000 euros respectivamente, para contratación de personal.

En la *Comunidad Valenciana* se han cofinanciado un gran número de ayudas, destacando la ayuda concedida a COINFER Sociedad Cooperativa, de Paterna y a «Centre Ciutat Castelló» ambas por valor de 40.000 euros para la creación de centrales de compra.

De las 337 ayudas cofinanciadas a través del programa de Calidad de establecimientos comerciales, 138 se han destinado a adaptación de las empresas a la sociedad de la información, todas en la Comunidad Autónoma de Aragón y 199 a la implantación de la Norma de Calidad UNE 175.001. Estas se han realizado en Asturias (8), Canarias (4), Galicia (8), Murcia (5), La Rioja (42) y Comunidad Valenciana (132).

La inversión total que ha sido financiada a través de este Plan asciende a 86.825.870,04 euros, lo que supone una media de un 34,82 por 100 de financiación total con cargo a fondos públicos, y un 13,82 por 100 con cargo al presupuesto del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través del PMCC.

Destacan con tasas especialmente altas las Comunidades de Castilla-La Mancha, Baleares, Murcia y Castilla y León, con el 83,97 por 100, 71,82 por 100, 71,26 por 100 y 70,54 por 100 respectivamente, siendo la más baja la de Cataluña, con sólo el 15,90 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 respectivas administraciones. En el Cuadro 9.4 se recoge la inversión y tasa de financiación por CCAA.

### 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 pro-



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL

pio 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 2007 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.
- El comercio de ferretería y bricolaje en España.
- El comercio de electrodomésticos en España.
- El comercio textil en España.
- Centros comerciales abiertos: Tipificación y diagnóstico.
- Mercados minoristas: Adecuación y mejora de su competitividad.
- Censo de Centrales de compras y servicios existentes en España.
- España en sus mercados: Estudio antropológico de determinados mercados municipales de Barcelona, Madrid y Valencia.
- Publicación de los datos del Registro de Franquiciadores.
- Repercusión del Estatuto del Tra-

bajador Autónomo sobre la organización económica de la venta ambulante.

- Elaboración y difusión de las ponencias del V Encuentro Nacional de Mercados Municipales Minoristas.
- Marcas del distribuidor en el sector comercial español.
- El desempeño del comercio e impacto de la política comercial en España.
- Auditoria sobre los pagos realizados por la Dirección General de Política Comercial en el año 2005 para obtención de retornos del FEDER
- El sector del libro en España y sus canales de comercialización, en colaboración con la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas.

En cuanto a formación, las actuaciones realizadas han sido:

- Primer Máster en Dirección de Empresas de Distribución.
- Desarrollo de un programa de formación a nuevos empresarios comerciales, en colaboración con el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España.

La cantidad total invertida en este programa ha sido de 869.022,91 euros.

### **9.3.1. Premios Nacionales de Comercio Interior 2007**

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. En el año 2007 se han elaborado unas nuevas bases reguladoras por Orden ITC/4068/2007 de 28 de diciembre.

Los Premios en su edición 2007 fueron convocados por Resolución de 21 de



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**

marzo de 2007 de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio (BOE de 4 de abril), adjudicándose mediante Resolución de 2 de octubre de ese mismo año (BOE del 16).

Los premiados han sido:

1. Premios a Ayuntamientos  
Desierto.

2. Premio al Pequeño Comercio

El premio fue adjudicado a la Asociación de Comerciantes del municipio de Orihuela (Alicante) y se concedieron dos accésit de carácter honorífico a ACOA, Centro Comercial Abierto de Aranda de Duero (Burgos) y a Sánchez Blández Charcutería, S. L., de Barcelona.



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**