



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



ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN.....	2
2.-PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA..	4
3.- LINEAS DEL PLAN.....	6
LÍNEA 1.- INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL PEQUEÑO COMERCIO.....	7
MEDIDA 1.- Apoyar nuevas fórmulas comerciales de organización y especialización.....	7
MEDIDA 2.- Impulsar la generalización del uso de las nuevas tecnologías en el pequeño comercio.....	8
MEDIDA 3.- Programas para impulsar la innovación y la competitividad en el pequeño comercio.....	8
MEDIDA 4.- Promover la apertura del canal on line en el comercio. Actividades de divulgación y asesoramiento.....	9
MEDIDA 5.- Norma de calidad para pequeño comercio.....	10
MEDIDA 6.- Reconocimiento de proyectos innovadores. premios nacionales.....	11
MEDIDA 7.- Fomento de la actividad empresarial en el sector comercial.....	11
LÍNEA 2.- CENTROS COMERCIALES ABIERTOS Y MERCADOS MUNICIPALES.....	13
MEDIDA 8.- Análisis de un nuevo marco normativo de reconocimiento de los CCAS.....	13
MEDIDA 9.- Mejora de mercados municipales.....	15
LÍNEA 3.- APOYO FINANCIERO.....	17
MEDIDA 10- Plan de pago a proveedores.....	17
MEDIDA 11- Líneas de crédito para el pequeño comercio.....	18
LÍNEA 4.- PROMOCIÓN COMERCIAL Y REACTIVACIÓN DE LA DEMANDA.....	24
MEDIDA 12.- Promoción de las principales áreas comerciales.....	24
MEDIDA 13.-Promoción de mercados municipales.....	24
MEDIDA 14- Promover el uso de medios de pago electrónicos.....	25
MEDIDA 15- Programas de incentivos sectoriales (automovil).....	26
LÍNEA 5.- RELEVO GENERACIONAL Y EMPRENDEDORES.....	27
MEDIDA 16.- Apoyo para el emprendimiento: emprende en 3 y portal pyme.....	27
MEDIDA 17.- Programa de relevo en el comercio.....	28
MEDIDA 18.- Contrato de apoyo a emprendedores y otras medidas para fomentar el emprendimiento.....	28
MEDIDA 19.- Incentivos fiscales a emprendedores.....	30
LÍNEA 6.- COMERCIO Y TURISMO.....	31
MEDIDA 20- Promoción del turismo de compras en el exterior.....	31
MEDIDA 21.- Impulsar rutas y áreas turísticas comerciales.....	32
LÍNEA 7.- SEGURIDAD.....	35
MEDIDA 22.- Información y asistencia sobre las medidas para mejorar la seguridad en las áreas comerciales.....	35
MEDIDA 23.- Reforma del Código Penal.....	36
LÍNEA 8.- MEDIDAS LEGISLATIVAS DE IMPULSO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DE ELIMINACIÓN DE BARRERAS.....	38
MEDIDA 24.- Flexibilización de horarios comerciales.....	38
MEDIDA 25.- Eliminación de barreras y trabas administrativas al inicio y desarrollo de la actividad.....	38
MEDIDA 26.- Promover la unidad del mercado en el ámbito del sector comercial.....	39
LÍNEA 9.- INTERNACIONALIZACIÓN.....	41
MEDIDA 27.- Impulsar la internacionalización del comercio y los servicios.....	41
LÍNEA 10.- FORMACIÓN Y EMPLEO.....	43
MEDIDA 28.- Acciones de sensibilización y formación.....	43
MEDIDA 29.- Apoyo a determinados colectivos con dificultades para su inserción laboral.....	44
MEDIDA 30- Fomento de la contratación y la flexibilidad en las condiciones de trabajo.....	47
4.- AGENTES IMPLICADOS.....	49

1.- INTRODUCCIÓN

Situación actual del comercio en España

El comercio es un sector con una importante trascendencia económica, ya que supone el 12,1% del PIB total de la economía española. El comercio minorista en concreto constituye por sí solo el 5,3% del PIB total. Durante la última década ha aumentado la aportación del comercio al PIB en un punto porcentual, aunque este aumento se debe, más que a un importante incremento de la actividad comercial, al moderado comportamiento de otros sectores como el industrial y el primario, especialmente a partir del inicio de la crisis económica.

Las 485.987 empresas de comercio minorista equivalen al 15,2% del total de empresas existente en España. Otro dato destacable es el número de establecimientos de comercio al por menor, 600.595, el 16,7% del total de establecimientos de la economía española.

En materia de empleo, la importancia del comercio minorista es también muy destacable. Las 1.826.081 personas ocupadas en el comercio minorista, suponen el 11% del total de ocupados de la economía. La tasa de paro en el comercio minorista es el 12,1%, cifra que, a pesar de ser alta, es mucho más reducida que la tasa de paro del total de la economía.

Desde finales de 2007, la crisis económica ha producido un fuerte retraimiento del consumo. Así, el gasto en consumo final de los hogares en el primer trimestre de 2013 ha sido un 3,9% inferior al del mismo trimestre del año anterior. Ello ha afectado, como cabía esperar, al comercio minorista de nuestro país, y especialmente al pequeño comercio tradicional, que ve comprometido gravemente su crecimiento. Durante el periodo que va de diciembre de 2007 a diciembre de 2011, han desaparecido 44.603 establecimientos de comercio al por menor en España, el 94% de los cuales tenía menos de 9 asalariados.

Las ventas del comercio minorista disminuyen en los últimos cinco años. En términos reales, las ventas de 2012 son un 23% inferior a las de 2007. Esta bajada de las ventas es aún mayor en el pequeño comercio. Así, los comercios que poseen un solo local disminuyeron sus ventas un 28% en ese periodo, y las pequeñas cadenas de comercios al por menor tuvieron un descenso de sus ventas del 31%.

Como consecuencia de la reducción de las ventas, a partir del año 2008 se viene produciendo una continua disminución del empleo en el comercio minorista, que ha llevado a que en 2012 haya habido 163.000 ocupados menos que en dicho año.

No obstante, empiezan a aparecer algunos datos esperanzadores. Así, a pesar del contexto negativo en el que se desarrolla el empleo del comercio minorista, en el primer trimestre de 2013 ya hay 8 comunidades autónomas que presentan tasas interanuales positivas de ocupación en el comercio minorista: Andalucía 1,9% (6.119 ocupados más), Asturias 4,9% (1.918 ocupados más), Illes Balears 10% (5.115 ocupados más), Castilla-La Mancha 0,9% (644 ocupados más), Comunidad Valenciana 11,7% (21.508 ocupados más), Galicia 1% (1.115 ocupados más), Comunidad de Madrid 0,7% (1.741 ocupados más) y La Rioja 10% (1.099 ocupados más).

En el mismo sentido, según los últimos datos disponibles, en el mes de mayo los afiliados a la seguridad Social del comercio minorista han experimentado una subida de 10.199 afiliados más que en el mes de abril, de los cuales 7.185 son afiliados al régimen general y 3.014 son afiliados al régimen de autónomos (en su mayor parte pequeños comerciantes).

En este buen comportamiento puede influir el hecho de que, en épocas de crisis, el pequeño comercio minorista se convierte en un sector refugio, absorbiendo a desempleados de otros sectores económicos, debido a que para el inicio de la actividad de un comercio no son necesarias inversiones tan fuertes como las que se necesitan para otro tipo de negocios.

Finalmente, la introducción de las nuevas tecnologías puede suponer, y ya supone de hecho, un factor de desarrollo para el comercio. El volumen total de ventas del comercio electrónico B2C en España en 2012 es de 10.455 millones de euros, lo que supone un 13,6% más que la cifra registrada el año anterior. Durante el pasado ejercicio se realizaron 151,6 millones de compras electrónicas, lo que supuso un crecimiento del 15,7% respecto al año anterior.

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

La situación que está viviendo el sector, especialmente la disminución de las ventas, su carácter estratégico por su importancia en la generación de empleo y en la vertebración de las actividades económicas en las ciudades, así como las nuevas oportunidades que ofrece el mercado para los negocios comerciales, su estrecha colaboración con el sector turístico y con el emprendimiento, han impulsado la elaboración por parte del Gobierno del *Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2013*. El Plan impulsado desde el Ministerio de Economía y Competitividad, cuenta con la colaboración de otros Ministerios, las Comunidades Autónomas, los Ayuntamientos, el Consejo Superior de Cámaras, las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, la Sociedad Estatal Mercados Centrales de Abastecimiento S.A. (Mercasa) y las principales Organizaciones Empresariales y las asociaciones de autónomos y tiene como objetivo

principal dotar al comercio minorista, de forma integral y coordinada, de un conjunto de medidas de apoyo y fomento que establezcan las bases adecuadas para un crecimiento competitivo y equilibrado, en un marco de coordinación institucional

Las medidas que se recogen en el plan se financiarán con cargo a las disponibilidades presupuestarias del ejercicio 2013 sin que puedan implicar gasto adicional a dichas disponibilidades. En los supuestos en los que el plan pueda extender sus actuaciones a ejercicios futuros, estas quedarán supeditadas a las disponibilidades presupuestarias correspondientes a dichos ejercicios.

La aprobación del *Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2013* no supondrá incremento de las plantillas de personal de los órganos administrativos afectados ni dotación presupuestaria adicional.

3.- LINEAS DEL PLAN

Las medidas del Plan se organizan en 10 líneas de actuación que están orientadas a la innovación y competitividad del pequeño comercio, el fomento de los centros comerciales abiertos y mercados municipales, el apoyo financiero a las empresas, la promoción comercial y la reactivación de la demanda, el impulso del relevo generacional y los emprendedores, el aprovechamiento de las sinergias entre comercio y turismo en beneficio de ambos sectores, la mejora de la seguridad comercial, las medidas legislativas, el impulso a la internacionalización y la mejora de la formación y el empleo en el sector comercial.

En este documento del *Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2013* se recogen las acciones que se han puesto en marcha en 2012 y aquellas que se van a desarrollar a lo largo de 2013 para su consolidación, en línea con los objetivos descritos. Estas medidas y acciones son impulsadas por la Secretaría de Estado de Comercio, a través de la Dirección General de Comercio Interior (Ministerio de Economía y Competitividad), en colaboración con otros departamentos ministeriales: Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia, Ministerio de Industria, Energía y Turismo y Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

LINEAS DEL PLAN DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2013

Línea 1.- Innovación y Competitividad del Pequeño Comercio

Línea 2.- Centros Comerciales Abiertos y Mercados Municipales

Línea 3.- Apoyo Financiero

Línea 4.- Promoción Comercial y Reactivación de la Demanda

Línea 5.- Relevo Generacional y Emprendedores

Línea 6.- Comercio y Turismo

Línea 7.- Seguridad

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

Línea 9.- Internacionalización

Línea 10.- Formación y Empleo

LÍNEA 1.- INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL PEQUEÑO COMERCIO

Agentes que desarrollan las medidas de esta línea: Ministerio de Economía y Competitividad, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Red.es (Ministerio de Industria, Energía y Turismo), Comunidades Autónomas, Consejo Superior de Cámaras, Mercasa, Asociaciones Empresariales y Ayuntamientos.

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

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

El sistema de franquicia constituye una fuente generadora de empleo, que permite modelos adaptados a las distintas capacidades de inversión. Asimismo, dadas las mayores garantías del negocio, se reducen las dificultades relacionadas con el acceso a la financiación, en comparación con otros modelos de negocio. Por ello, se considera necesario llevar a cabo actuaciones para facilitar información de este modelo de negocio, que opera en diferentes sectores de la actividad comercial, de forma que los emprendedores puedan acceder con mayor facilidad a esta fórmula de negocio.

ACCIONES:

- Convenio de colaboración entre la Dirección General de Comercio Interior y la **Asociación Española de Franquiciadores (AEF)** para el desarrollo de campañas de divulgación, información y para promover la creación de empleo a través de la franquicia.

ACTUACIONES: En 2013 la AEF actualizará la “Guía del Registro de Franquiciadores”, elaborada en 2012, que contiene una breve descripción de la legislación, información sobre toda la red de empresas franquiciadoras que existen en España y los principales datos del sector.

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

ACTUACIONES:

- **Proyecto Mercafresh:** tiendas especializadas en productos de alimentación frescos de calidad en el plazo más breve posible.
- **Proyecto Mercaorigen:** tiendas de degustación y venta de productos frescos gourmet con Denominación de Origen.

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

OBJETIVO: Potenciar la innovación y la inversión en I+D+i en las empresas comerciales evitando la concentración del mercado y mejorando la capacidad de los comercios minoristas para participar en redes y establecer vínculos con su entorno social y productivo.

ACCIONES:

- **Grupo de trabajo de Innovación en el Comercio**, en el que participan: la Dirección General de Comercio Interior, el Consejo Superior de Cámaras, la Confederación Española de Comercio, Red. es y las Comunidades Autónomas y cuyas funciones son: identificar la realidad comercial, determinar las necesidades del sector y articular la colaboración de las Administraciones y los representantes de los comerciantes en materia de innovación.

ACTUACIONES: A través del grupo de trabajo, se continuarán identificando propuestas de actuación en materia de innovación en el sector comercial, en base a las necesidades y realidad del sector, y se elaborará un catálogo con ayudas a la innovación por parte de las distintas entidades participantes.

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

OBJETIVO: Impulsar la adopción por parte de los comercios de metodologías innovadoras y más competitivas en la gestión de sus negocios.

ACCIONES:

- Programa **Innocomercio:**

- Acciones dirigidas a los comercios participantes, orientadas a la realización de un *Diagnóstico Asistido de Innovación (DAI)* y un *Plan de Apoyo a la Innovación (PAI)*.
- Programa **Diagnóstico Punto de Venta**, para la mejora de la gestión en el punto de venta.
 - Realización de un *Diagnóstico Punto de Venta* y un *Plan Tutorial de Gestión* por un consultor especializado con objeto de orientar los esfuerzos y las inversiones a realizar por el comerciante.

ACTUACIONES: Ambos programas se desarrollan a través del Consejo Superior de Cámaras y las Cámaras de Comercio, como consecuencia del convenio de colaboración suscrito entre la Dirección General de Comercio Interior y el Consejo Superior de Cámaras.

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

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

ACCIONES:

Programa ***Vendes en internet?*** dirigido a actividades de divulgación y asesoramiento a Pymes en materia de comercio electrónico.

Red.es desarrolla:

- Talleres dirigidos a Pymes en general
- Talleres dirigidos a empresas de los siguientes sectores de actividad:
 - Productos alimenticios y bebidas
 - Equipos informáticos y electrónicos, discos, películas y software de consumo
 - Muebles y artículos de decoración
 - Artículos de vestir y calzado

En el marco de este programa, Red.es ofrece también servicios de asesoramiento personalizado, proporcionando el apoyo necesario para que las empresas puedan abrir o mejorar su canal de comercialización online, y servicios de asesoramiento online, orientado a resolver consultas concretas sobre comercio electrónico.

El programa dispone de un Portal www.vendeseninternet.es, con material formativo y de sensibilización.

ACTUACIONES: Durante los meses de febrero, marzo y abril de 2013 han impartido, en distintas sedes territoriales, los 12 talleres de formación en venta electrónica para Pymes. De los asistentes a dichos talleres, Red.es ha seleccionado hasta 25 Pymes por sector, que se beneficiarán de un servicio de asesoramiento personalizado sobre comercio electrónico. Desde el inicio del Programa se han celebrado 83 Talleres formativos, con más de 3.000 empresas formadas.

- Programa de **ayudas para asesoramiento e implantación de soluciones de comercio electrónico**, seleccionando, mediante convocatoria pública, Pymes beneficiarias de las ayudas para financiar asesoramiento personalizado en comercio electrónico B2C e implantación de soluciones de comercio electrónico.

ACTUACIONES: Publicada, por parte de Red.es, la invitación para homologación de proveedores de servicios de asesoramiento. Está prevista la publicación de la convocatoria a pymes en el primer semestre de 2013.

MEDIDA 5.- NORMA DE CALIDAD PARA PEQUEÑO COMERCIO

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

ACCIONES:

- La Dirección General de Comercio Interior, junto con la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), está revisando la norma UNE 175001-1:2004 Calidad de servicio para pequeño comercio.

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

ACTUACIONES: En el mes de junio de 2013 está prevista la finalización de la revisión del documento y su elevación al Pleno para su aprobación.

MEDIDA 6.- RECONOCIMIENTO DE PROYECTOS INNOVADORES. PREMIOS NACIONALES

OBJETIVO: Reconocimiento a las iniciativas de desarrollo comercial y modernización empresarial

ACCIONES:

- Convocatoria anual 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

ACTUACIONES:

- La **convocatoria** de los premios 2012 tuvo lugar mediante Orden ECC/2230/2012, de 10 de octubre (BOE del 19).
- La Resolución de 3 de diciembre de 2012, de la Dirección General de Comercio Interior, por la que se **adjudican** los Premios Nacionales de Comercio Interior 2012 se publicó en el BOE del 4 de enero de 2013.
- La publicación de la convocatoria correspondiente a 2013 se realizará durante el primer semestre del año. En el plazo de seis meses, el órgano de valoración de las solicitudes presentadas elevará al órgano de selección la propuesta.

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

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

ACCIONES:

El Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, a través de la Dirección General de Fondos Comunitarios, apoya económicamente proyectos de inversión con el objetivo de paliar los desequilibrios interterritoriales y reducir las diferencias económicas a través de los incentivos regionales regulados en la Ley 50/1985, de 27 de diciembre.

Entre estos proyectos se incluyen proyectos inversión logística como una medida para incrementar la eficiencia del proceso de la distribución que, en la cadena de valor de los productos de alimentación, constituye un importante factor de coste.

Además, las Ciudades de Ceuta y Melilla gozan de un régimen específico con el objetivo de impulsar y desarrollar el tejido socioeconómico, entre otros, mediante la diversificación comercial.

ACTUACIONES: Durante 2012 se financió un proyecto de plataforma logística, en la Comunidad Autónoma de Canarias por importe de 148.050€

LÍNEA 2.- CENTROS COMERCIALES ABIERTOS Y MERCADOS MUNICIPALES

Agentes responsables del desarrollo de la línea: Ministerio de Economía y Competitividad, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Comunidades Autónomas, Consejo Superior de Cámaras, Mercasa, Ayuntamientos y Confederación Española de Comercio.

MEDIDA 8.-ANÁLISIS DE UN NUEVO MARCO NORMATIVO DE RECONOCIMIENTO DE LA FIGURA DE LOS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS

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

ACCIONES:

- **Grupo de trabajo “Comercio-ciudad”** en el que participan representantes de la Dirección General de Comercio Interior, Comunidades Autónomas, Federación Española de Municipios y Provincias, Consejo Superior de Cámaras, Mercasa y la Confederación Española de Comercio y cuyas funciones son: conocer las demandas y la realidad de las áreas comerciales urbanas, determinar las necesidades de regulación de las áreas comerciales del centro ciudad, así como articular la colaboración de las Administraciones con los representantes de los comerciantes en esta materia, con el fin de elevar propuestas tendentes al reconocimiento de las mismas y a dotar de un marco jurídico que garantice su dinamización.
- Análisis, junto con el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, de un modelo normativo para el reconocimiento, organización y desarrollo de los centros comerciales abiertos en nuestro país. En este marco se promoverá la participación de todos los empresarios en el desarrollo de las áreas comerciales tradicionales urbanas en colaboración con las administraciones públicas competentes.

En este sentido, se está analizando la promoción de Áreas para la Promoción de Iniciativas Empresariales (APIES), como áreas o territorios delimitados donde se concentran actividades comerciales y de servicios con un alto dinamismo. La finalidad de estas es la mejora del atractivo del espacio urbano, para aumentar su capacidad de atracción de visitantes, y de las condiciones para el desarrollo de la actividad económica en general, y la comercial en particular, mediante la provisión de servicios comunes que complementan o suplementan los públicos prestados por los Ayuntamientos, como por ejemplo acciones que contribuyan a la mejora de la

seguridad pública, las vías urbanas y la organización del tráfico, de mejora de los accesos públicos, labores de ajardinamiento y mejora del mobiliario, etc.

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

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

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

ACTUACIONES:

- Continuidad del Grupo de trabajo de Comercio-ciudad
- La Dirección General de Comercio Interior está trabajando en la elaboración de un régimen jurídico que dinamice la actividad comercial en los centros comerciales abiertos.

MEDIDA 9.-MEJORA DE MERCADOS MUNICIPALES

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

ACCIONES:

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

Mercasa aporta su conocimiento y experiencia en los mercados minoristas, participando de forma directa en el desarrollo, construcción y gestión de algunos de ellos. Esta participación se concreta en la actualidad en inversiones directas para la construcción, rehabilitación o remodelación de cuatro mercados ubicados en zonas singulares de distintas ciudades de España.

En estos casos, la participación de Mercasa es activa, ya que no sólo se convierte en inversor del proyecto, sino que se convierte en el socio tecnológico del Ayuntamiento. Además, identifica a posibles partícipes del proyecto y proporciona los cauces necesarios para la financiación. Finalmente, una vez concretado el proyecto, Mercasa se ofrece como gestor del mismo, garantizando la comercialización y la optimización de los recursos.

En estos Mercados, se combina el "mercado tradicional" con actividades de ocio y de degustación y en algunos casos, con una mediana superficie con el fin de poner a disposición del visitante la más amplia oferta alimenticia posible.

ACTUACIONES: Se ha firmado una Encomienda de Gestión de la Dirección General de Comercio Interior a Mercasa, para la mejora de los mercados municipales mediante el estudio técnico-comercial y de viabilidad económica de la remodelación de mercados municipales minoristas.

- Ayudas dirigidas a proyectos singulares ubicados en zonas de gran afluencia turística. Estas ayudas van destinadas a la remodelación integral de mercados municipales, así como a la modernización de sus instalaciones y equipamientos, incluidas las actuaciones dirigidas a la mejora de la innovación tecnológica en tales mercados.

ACTUACIONES: Esta línea de ayudas se contiene dentro de las actuaciones del convenio de colaboración suscrito entre la Dirección General de Comercio Interior y el Consejo Superior de Cámaras. Su convocatoria ha tenido lugar el 31 de mayo de 2013, pudiéndose consultar a través de www.camaras.org.

LÍNEA 3.- APOYO FINANCIERO

Agentes responsables del desarrollo de la línea: Ministerio de Economía y Competitividad, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Instituto de Crédito Oficial (ICO), Comunidades Autónomas, Compañía Española de Reafianzamiento S.A. (CERSA)¹, Sociedades de Garantía Recíproca (SGR), Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA) y Ayuntamientos.

MEDIDA 10- PLAN DE PAGO A PROVEEDORES

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

ACCIONES:

- **Implantación del Plan de Pago a Proveedores por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas²** para que las Entidades Locales y Comunidades Autónomas puedan pagar a proveedores con facturas pendientes de cobro.

En 2013 se ha ampliado el Plan con más de 2.600 millones de euros, extendiendo el ámbito de aplicación subjetivo a nuevas Administraciones: permite la adhesión a Entidades Locales del País Vasco y Navarra incluidas en el modelo de participación en tributos del Estado y a las mancomunidades de municipios. Se mantiene la limitación temporal a facturas anteriores al 1 de enero de 2012.

ACTUACIONES: Desde su inicio, en 2012, el Plan de Pago a Proveedores ha aportado una inyección de liquidez de 27.372 M€ que ha beneficiado a 29.108 proveedores de Comunidades Autónomas y 114.935 proveedores de Entidades Locales, de los cuales el 99% son Pymes y autónomos. Hasta el momento con la primera fase (2012) y segunda fase (febrero de 2013) el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas ha abonado un total de 5.627.167 facturas pendientes de 149.172 proveedores de Comunidades Autónomas y Entidades Locales por un importe de 28.460,14 millones de euros.

¹ CERSA es una sociedad mercantil estatal, adscrita al Ministerio de Industria, Energía y Turismo a través de la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, cuya actividad se basa en el reafianzamiento o cobertura parcial del riesgo asumido por las Sociedades de Garantía Recíproca con las pequeñas y medianas empresas que precisan de garantías adicionales para resolver su problemática financiera, priorizando la financiación de inversiones y proyectos innovadores, así como las microempresas y las de nueva o reciente creación.

² Real Decreto-ley 4/2012, de 24 de febrero, por el que se determinan obligaciones de información y procedimientos necesarios para establecer un mecanismo de financiación para el pago a los proveedores de las entidades locales.

- Creación del **Fondo de Liquidez Autonómico**³, con la finalidad de dotar de liquidez a las Comunidades Autónomas adheridas. El Fondo estará adscrito al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas a través de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, y su gestión financiera se efectuará por el Instituto de Crédito Oficial.

Con cargo a los recursos del Fondo se realizarán operaciones de crédito a favor de las Comunidades Autónomas que permitan atender sus necesidades financieras.

Se ha prorrogado el Fondo de Liquidez Autonómico durante el ejercicio 2013 con una dotación de 23.000 millones de euros para atender los vencimientos de deuda autonómica y financiar el objetivo de déficit público autorizado para el ejercicio.

MEDIDA 11- LÍNEAS DE CRÉDITO PARA EL PEQUEÑO COMERCIO

OBJETIVO: Facilitar el acceso al crédito

ACCIONES:

- **Líneas ICO 2013**

En 2013 se unifican y simplifican las líneas ICO, con el objetivo de dar cobertura a las distintas necesidades de financiación de las empresas y autónomos, estableciéndose dos ejes de actuación: el primero, destinado a empresas y emprendedores que realicen inversiones en España o tengan necesidades de liquidez y, el segundo, dirigido a fomentar la internacionalización de la empresa española, financiando tanto las inversiones en el exterior como la actividad exportadora:

- **Línea ICO Empresas y Emprendedores 2013.** Tiene una dotación económica de 19.000 millones de euros y está orientada a la financiación de autónomos y empresas que realicen inversiones productivas en el territorio nacional o necesiten cubrir sus necesidades de liquidez.
- **ICO Comercio Minorista 2013.** Sublínea de la línea troncal, *ICO empresas y emprendedores 2013*, 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 sublínea ofrecerá al sector financiación de capital circulante y de inversiones realizadas en el territorio nacional, orientadas a la

³ Real Decreto-ley 21/2012, de 13 de julio, de medidas de liquidez de las Administraciones públicas y en el ámbito financiero

modernización, innovación y mejora de la eficacia y eficiencia de las Pymes y autónomos del sector del comercio minorista y ha sido aprobada por la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos en su reunión del 23 de mayo de 2013.

- **ICO Garantía SGR.** Dentro de dotación de la Línea Empresas y Emprendedores se engloba un capítulo dotado con 200 millones de euros para financiar inversiones productivas y necesidades de liquidez de empresas y autónomos que cuenten con el aval de SGR y que, en su caso, podrán contar con el reaval de CERSA, de las Comunidades Autónomas o de otros organismos.
- **Línea ICO Internacional 2013.** Tiene una dotación económica de 4.000 millones de euros y está orientada a ofrecer financiación a empresas y autónomos que realicen inversiones en activos fijos productivos en el exterior, a financiar la exportación a medio y largo plazo, y a dotar de liquidez a autónomos y empresas exportadoras mediante el anticipo del importe de las facturas de su actividad exportadora a corto plazo.

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

INFORME DE ACTIVIDAD LÍNEAS ICO 2012
SECTOR COMERCIO MINORISTA (CNAE 47 Y 45)

Datos a 31 de diciembre de 2012

LÍNEAS ICO 2012	IMPORTE DE CRÉDITO	IMPORTE INVERSIÓN	OPERACIONES
EMPRENEDORES	29.769.499,52	54.558.254,71	1.046
INVERSIÓN	464.913.003,31	1.268.374.429,04	9.152
LIQUIDEZ	686.134.307,65	960.588.030,71	16.258
GARANTÍA SGR	4.429.599,26	4.484.558,18	59
INTERNACIONAL	4.511.004,24	5.571.009,88	26
TOTAL	1.189.757.413,98	2.293.576.282,52	26.541

INFORME DE ACTIVIDAD LÍNEAS ICO 2013
SECTOR COMERCIO MINORISTA (CNAE 47 Y 45)

Datos a 31 de mayo de 2013

LÍNEAS ICO 2013	IMPORTE DE CRÉDITO	IMPORTE INVERSIÓN	OPERACIONES
EMPRESAS Y EMPRENEDORES	296.142.122,09	381.278.116,34	8.123
GARANTÍA SGR	1.088.875,00	1.552.394,79	21
INTERNACIONAL	1.669.712,30	2.306.718,37	9
TOTAL	298.900.709,39	385.137.229,50	8.153

**INFORME ACTIVIDAD
LÍNEA ICO- EMPRENDEDORES 2012
SECTOR COMERCIO MINORISTA**

SECTOR	IMPORTE CREDITO	IMPORTE INVERSION	OPERACIONES
VENTA Y MANTENIMIENTO AUTOMÓVILES Y OTROS VEHÍCULOS MOTOS (CNAE 45)	4.361.667,84	5.772.439,75	126
COMERCIO AL POR MENOR (CNAE 47)	25.407.831,68	48.785.814,96	920
Total general	29.769.499,52	54.558.254,71	1.046

Datos en millones de Euros

Datos a 31.12.2012

LÍNEA ICO - EMPRENDEDORES 2012

	TOTAL COMERCIO MINORISTA		
	IMPORTE CREDITO	IMPORTE INVERSION	OPERACIONES
CCAA			
CATALUÑA	6.351.094,10	8.023.103,24	259
MADRID	5.579.836,57	16.459.463,61	141
COMUNIDAD VALENCIANA	2.982.936,92	3.953.185,45	135
ANDALUCIA	2.886.291,22	4.273.459,57	124
ARAGON	1.799.770,94	3.662.886,73	39
GALICIA	1.774.485,62	6.348.981,36	63
BALEARES	1.329.491,10	1.684.047,74	39
PAIS VASCO	1.060.875,96	1.837.182,84	25
CASTILLA Y LEÓN	1.034.563,09	1.478.220,85	34
REGIÓN DE MURCIA	1.030.345,18	1.355.382,27	41
CASTILLA LA MANCHA	923.626,26	1.047.803,34	29
CANARIAS	867.388,50	1.045.587,67	39
ASTURIAS	670.743,87	803.126,31	28
NAVARRA	573.750,00	1.460.346,72	14
CANTABRIA	480.092,52	619.846,52	16
EXTREMADURA	358.207,67	426.366,23	16
LA RIOJA	66.000,00	79.264,26	4
TOTAL	29.769.499,52	54.558.254,71	1.046

Datos en millones de Euros

Datos a 31.12.2012

**INFORME ACTIVIDAD
LÍNEA ICO- EMPRESAS Y EMPRENDEDORES 2013**

SECTOR| COMERCIO MINORISTA

SECTOR	IMPORTE CREDITO	IMPORTE INVERSION	OPERACIONES
VENTA Y MANTENIMIENTO AUTOMÓVILES Y OTROS VEHÍCULOS MOTOS (CNAE 45)	74.882.488,37	103.687.199,42	1.682
COMERCIO AL POR MENOR (CNAE 47)	221.259.633,72	277.590.916,92	6.441
Total general	296.142.122,09	381.278.116,34	8.123

Datos en millones de Euros

Datos a 31.05.2013

LÍNEA ICO - EMPRESAS Y EMPRENDEDORES 2013

	TOTAL COMERCIO MINORISTA		
CCAA	IMPORTE CREDITO	IMPORTE INVERSION	OPERACIONES
CATALUÑA	68.562.066,78	84.660.058,29	1.870
MADRID	38.465.382,75	53.296.784,50	889
COMUNIDAD VALENCIANA	38.099.217,36	44.984.932,61	900
ANDALUCIA	35.754.710,67	44.023.004,75	1.164
GALICIA	16.719.059,23	20.211.368,78	524
CASTILLA Y LEÓN	12.699.049,53	16.362.398,37	379
REGIÓN DE MURCIA	12.469.034,49	16.340.587,60	368
CANARIAS	12.301.024,91	27.637.005,02	311
BALEARES	11.791.256,21	15.667.769,16	340
ASTURIAS	10.419.201,70	11.643.570,95	300
CASTILLA LA MANCHA	9.415.695,77	11.471.106,18	292
ARAGON	7.691.226,30	9.266.488,58	259
PAIS VASCO	7.664.999,83	8.968.282,46	194
CANTABRIA	5.051.793,61	6.230.554,41	101
EXTREMADURA	3.870.545,71	4.648.016,13	126
NAVARRA	3.442.128,08	3.666.819,13	60
LA RIOJA	1.725.729,16	2.199.369,42	46
TOTAL	296.142.122,09	381.278.116,34	8.123

Datos en millones de Euros

Datos a 31.05.2013

- **Línea ICO Comercio Interior. Fondo de Ayuda al Comercio Interior (FACI).** Esta línea de financiación está dotada con 28.680.000 euros. Se han introducido modificaciones en el Real Decreto 1786/2009, de 20 de noviembre, por el que se regula la Iniciativa de Apoyo Financiero a la Modernización y Mejora del Comercio Interior, con el fin de ofrecer al pequeño y mediano comercio un marco de ayudas más favorable, que ofrezca una tramitación más simplificada y ágil.

ACTUACIONES: En el mes de junio de 2013 se publica la modificación del R.D. de referencia normativa (R.D. 1786/2009, de 20 de noviembre, por el que se regula la Iniciativa de Apoyo Financiero a la Modernización y Mejora del Comercio Interior). Se realizará una convocatoria correspondiente al año 2013 durante el segundo semestre del año, conforme al nuevo marco jurídico regulador del Fondo.

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

Línea de jóvenes emprendedores: esta línea de financiación está dotada con 20 millones de euros. Ofrece préstamos participativos hasta un máximo de 75.000 euros con la exclusiva garantía del propio proyecto empresarial. Los proyectos financiables deberán recoger aspectos relacionados con el desarrollo tecnológico y la innovación en el comercio minorista.

Línea de emprendedores: esta línea de financiación está dirigida a pymes de reciente constitución para que acometan las inversiones necesarias y lleven a cabo su proyecto. Ofrece préstamos participativos hasta un máximo de 300.000 euros.

LÍNEA 4.- PROMOCIÓN COMERCIAL Y REACTIVACIÓN DE LA DEMANDA

Agentes responsables del desarrollo de esta línea: Ministerio de Economía y Competitividad, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Comunidades Autónomas, Consejo Superior de Cámaras, Mercasa, Ayuntamientos y Organizaciones Empresariales.

MEDIDA 12.- PROMOCIÓN DE LAS PRINCIPALES ÁREAS COMERCIALES

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

ACCIONES:

- **Programa de Dinamización de Centros Comerciales Urbanos**, mediante el desarrollo de campañas de promoción, en colaboración con el Consejo Superior de Cámaras y las Organizaciones Empresariales.

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

MEDIDA 13.-PROMOCIÓN DE MERCADOS MUNICIPALES

OBJETIVO: Promocionar los mercados municipales y potenciar su modernización.

ACCIONES:

- Desarrollo de campañas de promoción de los mercados municipales, en colaboración con Mercasa.

ACTUACIONES: En 2012 se desarrolló una campaña conjunta de la Secretaría de Estado de Comercio y Mercasa bajo el lema “Ven a tu Mercado también en Navidad”, cuyo principal objetivo era llegar al mayor número posible de consumidores, llamando su atención sobre la oferta que se integra en los Mercados Municipales.

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

MEDIDA 14- PROMOVER EL USO DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS EN COLABORACIÓN CON LOS COMERCIANTES Y LOS MEDIOS DE PAGO

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

ACCIONES:

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

ACTUACIONES: Se ha aprobado la puesta en marcha, en 2013, de una campaña de promoción orientada a difundir entre las empresas y los consumidores el uso de las tarjetas en el comercio, lo que incluirá jornadas informativas y acciones sectoriales. La financiación de la campaña corresponderá a los Sistemas de Medios de Pago (Servired, Euro6000 y 4B).

- Trabajar en la **disminución de las tasas de intercambio** en operaciones de pequeño importe. Disminución de las tasas de intercambio por Euro6000, que se ha aplicado a las tasas de intercambio en los pagos de pequeño importe, con objeto de alcanzar una disminución de un 80% con respecto a las existentes.

ACTUACIONES: Para los pagos inferiores a 10€ con tarjetas de débito se aplicarán tasas diferentes en función del importe de la operación, en lugar de la tasa única existente hasta el momento. Esto supone una reducción media de 18 céntimos de euro por operación, medida con la que se espera incentivar la aceptación de pagos de pequeño importe con tarjeta. Estas operaciones suponen el 23% de los pagos que se realizan en España, de los que, solo el 7% se realizan con tarjeta. El objetivo es aumentar significativamente esta penetración. Esta disminución se hará extensiva a las operaciones que se realicen mediante tarjetas emitidas por entidades de Euro6000 en terminales de La Caixa, así como las que realicen las tarjetas de La Caixa en las entidades de Euro6000.

- Impulso del uso de la **factura electrónica** en las operaciones con el sector público, con lo que se agilizarán las transacciones comerciales.

MEDIDA 15- PROGRAMAS DE INCENTIVOS SECTORIALES (AUTOMOVIL)

OBJETIVO: Incentivar la demanda de forma selectiva.

ACCIONES:

- **Plan PIVE.- Programa de Incentivo al Vehículo Eficiente**

El Plan PIVE-2 tiene una dotación disponible de 150 millones de euros (BOE 28 de 1 de febrero de 2013) y tiene por objeto la renovación de hasta 150.000 vehículos, afectando únicamente a vehículos nuevos. Tiene una duración de 12 meses, concluyendo el 2 de febrero de 2014.

Podrán ser beneficiarios de estas ayudas tanto los particulares como las microempresas y las Pymes de menos de 250 trabajadores, que recibirán:

- Hasta 2.000 euros por beneficiario para la adquisición de vehículos nuevos más eficientes.
- Hasta 3.000 euros para vehículos turismo de más de cinco plazas, si se trata de solicitantes integrantes de familias numerosas.

ACTUACIONES: En 2012, el Plan PIVE tuvo un presupuesto de 75 Millones de euros, que posibilitaron la sustitución de 75.000 vehículos antiguos con las mismas unidades de vehículos nuevos o con menos de un año de antigüedad.

El Plan PIVE-2 está teniendo una alta ejecución puesto que en el mes de mayo ya está comprometido un 42,5 % del presupuesto asignado

- **Plan PIMA Aire** (RD 89/2013, 8 de febrero) Este plan está orientado a la renovación de la flota de vehículos comerciales, fundamentalmente de Pymes y autónomos. El objetivo es renovar las furgonetas antiguas que desarrollan las labores de reparto en las ciudades y poner en circulación vehículos más eficientes. Asimismo ayudará a fomentar el crecimiento del mercado que tendrá un efecto multiplicador sobre más de diez sectores: aseguradoras, financieras, talleres, componentes, etc.

El Plan PIMA Aire tiene asignado un presupuesto de 38 millones de euros.

LINEA 5.- RELEVO GENERACIONAL Y EMPRENDEDORES

Agentes responsables del desarrollo de la línea: Ministerio de Economía y Competitividad, Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Dirección General de Industria y de la Pyme (Ministerio de Industria, Energía y Turismo), Comunidades Autónomas, Consejo Superior de Cámaras de Comercio y Ayuntamientos.

MEDIDA 16.- APOYO PARA EL EMPRENDIMIENTO: EMPRENDE EN 3 Y PORTAL PYME

OBJETIVO: Promover el emprendimiento en el sector comercial

ACCIONES:

- **Emprende en 3.**

Se trata de una plataforma desarrollada con la participación de la Administración General del Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, representadas por la Federación Española de Municipios y Provincias. En el marco de esta iniciativa, la Dirección General de Comercio Interior ha trabajado con el objeto que la declaración responsable tipo puedan tramitarse de modo telemático por cualquier ayuntamiento que se adhiera a la misma.

En este sentido, se ha procedido a conectar el sistema de tramitación telemática de creación de empresas del MINETUR (CIRCE – Centro de Información y Red de Creación de Empresas) con el portal de entidades locales de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, para que la declaración responsable de comercio, sirva de trámite telemático dentro del proceso mismo de creación de la empresa, cuando ésta pertenezca al anexo de actividades incluidas en la Ley 12/2012

Así, la plataforma permite realizar, aprovechando los recursos tecnológicos existentes y sin coste adicional, los trámites necesarios con las tres Administraciones simultáneamente, pues la declaración responsable sirve de trámite telemático dentro del mismo proceso de creación de la empresa, y también se hace llegar a los Ayuntamientos.

ACTUACIONES: El Consejo de Ministros ha aprobado, el 24 de mayo de 2013, un Acuerdo para impulsar y agilizar los trámites para el inicio de la actividad empresarial llamado "Emprende en 3" como sistema de tramitación telemática para la constitución y puesta en marcha de una actividad empresarial con objeto de impulsar la creación de empresas y reducir los plazos necesarios para su puesta en marcha.

- **Portal Pyme.** La Dirección General de Industria y de la Pyme gestiona esta página web que contiene información de interés para las empresas, especialmente una base de datos de ayudas

y subvenciones a nivel nacional. Esta herramienta es gratuita y permite a los usuarios almacenar sus consultas, recibiendo diariamente información en su correo electrónico.

MEDIDA 17.- PROGRAMA DE RELEVO EN EL COMERCIO

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

ACCIONES:

- **Programa de Relevo en el Comercio** en colaboración con el Consejo Superior de Cámaras, que ofrecerá una orientación especializada a los emprendedores del comercio, enfocada a promover la continuidad empresarial de negocios viables: información sobre la compraventa, transmisión y traspaso de empresas y locales comerciales.

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

- **Plataforma Nacional de Transmisiones:** en coordinación entre la Dirección General de Industria y de la Pyme, la Dirección General de Comercio Interior, el Consejo Superior de Cámaras y otras organizaciones.

En 2013 la Dirección General de Industria y PYME va a desarrollar el Plan de Apoyo a la Transmisión de Empresas.

ACTUACIONES: La Dirección General de Industria y de la Pyme, en colaboración con el Consejo Superior de Cámaras, pusieron en marcha, en 2012, la Plataforma Nacional de Transmisiones, en el marco del Plan de Continuidad Empresarial.

MEDIDA 18.- CONTRATO DE APOYO A EMPRENDEDORES Y OTRAS MEDIDAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO

OBJETIVO: Potenciar el emprendimiento en el sector

ACCIONES:

- **En el marco de la Ley 3/2012, de 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral (Art.4):**
 - **Contrato de Apoyo a los Emprendedores**, con objeto de facilitar el empleo estable a la vez que se potencia la iniciativa empresarial. El contrato indefinido de apoyo a los

emprendedores es una modalidad para empresas de menos de 50 trabajadores que contempla deducciones y bonificaciones fiscales y en materia de Seguridad Social. Durante 2012 se firmaron un total de 82.238 contratos de apoyo a emprendedores.

Bonificaciones para los colaboradores familiares. (Disposición Adicional Undécima)

Las bonificaciones establecidas para los colaboradores familiares durante 18 meses (derecho a una bonificación equivalente al 50% de la cuota que resulte de aplicar sobre la base mínima el tipo correspondiente de cotización vigente en cada momento el Régimen Especial de trabajo por cuenta propia que corresponda) tienen una especial incidencia en el pequeño comercio en los que la estructura familiar está muy extendida.

- **Medidas para fomentar el emprendimiento y el trabajo por cuenta propia entre los jóvenes menores de 30 años Real Decreto-ley 4/2013, de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo:**

- Implantación de una cuota inicial reducida **de cincuenta euros en la cotización a la Seguridad Social**, para nuevos autónomos menores de treinta años que inicien una actividad por cuenta propia, durante los primeros seis meses.
- **Se permite compatibilizar la prestación por desempleo con el inicio de una actividad por cuenta propia**, durante nueve meses para menores de treinta años en situación de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.
- **La ampliación de las posibilidades de aplicación de la capitalización de la prestación por desempleo.** Los podrán capitalizar hasta el 100 por 100 de su prestación para realizar una aportación al capital social de una sociedad mercantil, siempre y cuando se establezca una vinculación profesional o laboral de carácter indefinido. **Reanudación del cobro de la prestación por desempleo**, se amplía de dos a cinco años la duración del ejercicio de una actividad por cuenta propia que permite interrumpir y, por tanto, reanudar el cobro de la prestación por desempleo.
- **Impulso a los proyectos de emprendimiento joven a través de la contratación de trabajadores experimentados** en el marco del Real Decreto-ley 4/2013, de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo (art. 11).

De cara a la incorporación de nuevos proyectos de emprendimiento en el comercio minorista en que los jóvenes autónomos puedan aprovechar la experiencia de otros trabajadores del sector, resulta de interés el incentivo consistente en una reducción del

100 por cien de la cuota empresarial de la Seguridad Social durante doce meses para los autónomos menores de treinta años que contraten por primera vez, de forma indefinida, mediante un contrato de trabajo a tiempo completo o parcial, a personas desempleadas de edad igual o superior a cuarenta y cinco años.

- Para promover la aparición de nuevas empresas, entre otras medidas, en el marco del Anteproyecto de Ley de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización, se establecen nuevas figuras ya existentes en otros países de nuestro entorno, como la del "emprendedor de responsabilidad limitada". También se pondrá en marcha la llamada "segunda oportunidad", que persigue que los ciudadanos, empresarios individuales y sociedades de pequeña dimensión encuentren fórmulas concursales más flexibles, más amplias y más adaptadas a sus necesidades.

Adicionalmente, en este mismo anteproyecto, se establecen medidas para fomentar el crecimiento empresarial, la simplificación de cargas administrativas, la financiación de los emprendedores, la contratación pública y la internacionalización de la empresa.

MEDIDA 19.- INCENTIVOS FISCALES A EMPRENDEDORES

OBJETIVO: Potenciar el emprendimiento en el sector

ACCIONES: Real Decreto-ley 4/2013, de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo.

- En el ámbito del Impuesto sobre Sociedades, se establece un tipo de gravamen del 15 % para los primeros 300.000 euros de base imponible, y del 20 % para el exceso sobre dicho importe, aplicable el primer período impositivo en que la base imponible de las entidades resulta positiva y en el período impositivo siguiente a este.
- En el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, se establece una nueva reducción del 20 % sobre los rendimientos netos de la actividad económica obtenidos por los contribuyentes que hubieran iniciado el ejercicio de una actividad económica, aplicable en el primer período impositivo en que el rendimiento neto resulte positivo y en el período impositivo siguiente a este.
- Se suprime en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, el límite actualmente aplicable a la exención de las prestaciones por desempleo en la modalidad de pago único (hasta ahora están exentos sólo hasta 15.500 euros).

LÍNEA 6.- COMERCIO Y TURISMO

Agentes que colaboran en el desarrollo de la línea: Ministerio de Economía y Competitividad, Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Energía y Turismo), Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A. (SEGITTUR), Comunidades Autónomas, Consejo Superior de Cámaras, Ayuntamientos y Organizaciones Empresariales.

MEDIDA 20- PROMOCIÓN DEL TURISMO DE COMPRAS EN EL EXTERIOR ESTABLECIENDO ACUERDOS CON MARCAS Y COMERCIOS DE PRESTIGIO, POTENCIANDO LA INFORMACIÓN ON-LINE Y EN DISPOSITIVOS MOVILES (APPS) e IMPULSANDO LA PARTICIPACION DE LAS MARCAS Y COMERCIO DE PRESTIGIO INTERNACIONAL EN LA PLATAFORMA DE FIDELIZACION DE TURESPAÑA.

OBJETIVOS:

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

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

ACCIONES:

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

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

- **Potenciar la información on-line.**
 - **Newsletters/boletines:** Incluir información sobre compras en los soportes on-line de las Consejerías Españolas de Turismo en el exterior, con un tratamiento tanto independiente como vinculado a productos turísticos culturales, cruceros, o a la práctica de deportes náuticos, entre otros. Reflejar en estos soportes como noticia destacada los nuevos horarios de apertura comerciales en las principales Zonas de Gran Afluencia Turística.
 - **Portal de promoción del turismo www.spain.info:** reforzar el tipo de información recogido en el apartado anterior, e incluirlo en la programación de la Home principal.
 - **Redes sociales:** aumentar la presencia del “shopping” en las redes sociales en las que está presente Turespaña y dichas marcas y comercios.
 - **Presencia, en las aplicaciones para móviles** (apps) de Turespaña, de este tipo de turismo.
 - Programa para **fomentar la participación de las marcas y comercio de prestigio en el sistema de fidelización** que está desarrollando Turespaña en los mercados europeos, como queda reflejado en el Plan Nacional Integral de Turismo.

- **Incrementar la visibilidad del destino España en soportes y eventos especializados:** Se pretende potenciar el turismo de compras en soportes y eventos especializados. Los eventos internacionales asociados al mundo de la moda y su consumo, a la enogastronomía y la venta de productos enogastronómicos, son una magnífica ocasión para ganar visibilidad y posicionamiento entre su industria y prescriptores, así como para realizar acciones de marketing directo, dirigidas al consumidor final. Algunos de estos eventos son las pasarelas de moda internacionales o las semanas gastronómicas internacionales.

MEDIDA 21.- IMPULSAR RUTAS Y ÁREAS TURÍSTICAS COMERCIALES

OBJETIVO: Potenciar las zonas turísticas comerciales

ACCIONES:

- Creación de producto asociado al turismo de compras, por parte de los municipios, en función del perfil de visitante que motiva su consideración como “zona de gran afluencia turística” (ZGAT). Esta creación de producto ha de ir enfocada a:
 - Garantizar la conectividad de las vías de entrada de visitantes (por ejemplo, zonas portuarias, en el caso de ZGAT asociadas al turismo de cruceros) y sus lugares de alojamiento con los principales núcleos comerciales, sobre todo en aquellos municipios donde se observe una mayor dispersión geográfica de los establecimientos.

- Los perfiles de visitantes que más predominen en cada ZGAT.
- Prestar atención al servicio de devolución de IVA, en el caso de ZGAT con presencia de turistas no comunitarios, aspecto importante para este perfil de visitante.
- La forma de organización del viaje.
- Apoyar las ventas de los productos artesanos y locales en las zonas comerciales.
- Programa para la **Mejora de la Competitividad de los Equipamientos Comerciales en las ZGAT** mediante acciones específicas de las Cámaras de Comercio en cada Centro Comercial Urbano participante, especialmente:
 - Diseño de estrategias de difusión, comunicación y promoción de carácter innovador.
 - Ejecución de acciones promocionales innovadoras, de forma coordinada.
 - Puesta en marcha de sistemas de evaluación de las acciones
 - Acondicionamiento, mejora del entorno y de las instalaciones

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

La convocatoria de las ayudas de este Programa ha tenido lugar el 31 de mayo de 2013, pudiéndose consultar a través de www.camaras.org.

- Proyecto **Destinos Turísticos Inteligentes.**

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

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

ACTUACIONES: Se están desarrollando 11 proyectos pilotos en distintos destinos turísticos⁴, en los cuales se facilita a los turistas guías virtuales para móviles y tabletas, donde pueden acceder a información actualizada sobre el destino y realizar gestiones (soluciones de movilidad, denuncias online, cultura, etc.). Está previsto crear una sección especial de comercios y restaurantes con información sobre direcciones, horarios, oferta de productos y servicios, campañas promocionales, etc.

⁴ Palma de Mallorca, El Hierro, Santiago de Compostela, Casteldefels (Barcelona), Las Palmas de Gran Canaria, La Gomera, Haro (La Rioja), La Axarquía (Málaga), Badajoz-Elvas, Villajoyosa (Alicante) y Jaca (Huesca).

LÍNEA 7.- SEGURIDAD

Agentes que colaboran en el desarrollo de la línea: Ministerio de Economía y Competitividad, Ministerio del Interior (Dirección General de la Policía), Ministerio de Justicia, Comunidades Autónomas y Ayuntamientos.

MEDIDA 22.-INFORMACIÓN Y ASISTENCIA AL SECTOR SOBRE LAS MEDIDAS Y PREVENCIONES PARA MEJORAR LA SEGURIDAD EN LAS ÁREAS COMERCIALES

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

ACCIONES:

- Incrementar la seguridad ciudadana en aquellos espacios y lugares de mayor riesgo para la seguridad de los comerciantes.

El Cuerpo Nacional de Policía impulsa la ejecución en todo el territorio nacional del “**Plan Comercio Seguro**”, que se materializa en todas las Comisarías Provinciales, Locales y de Distrito, con la participación de las Brigadas de Seguridad Ciudadana, Policía Judicial y 215 inspectores o subinspectores que, como delegados de participación ciudadana, establecen contactos periódicos con el sector comercial de cada ámbito territorial y se informan sobre los problemas y planteamientos de los ciudadanos en materia de seguridad, lo que permite desarrollar una respuesta adecuada a los mismos.

- Proporcionar al comerciante información sobre las medidas de seguridad que deben adoptarse para evitar que se convierta en víctima.

Se efectúa mediante la elaboración de guías prácticas de seguridad y trípticos con los principales consejos preventivos de seguridad dirigidos a comerciantes. La difusión de los mismos y de la información que contienen se realiza a través de los canales de comunicación de la Dirección General de Comercio Interior, así como a través de los delegados de participación ciudadana y otros canales de la Policía Nacional.

ACTUACIONES: La Dirección General de Comercio Interior, la Dirección General de la Policía, y la Confederación Española de Comercio editaron la Guía de Seguridad dirigida al comerciante. En 2013 dicha guía ha sido traducida al idioma chino y, desde el 24 de febrero de 2013, varios medios de comunicación dirigidos a la comunidad china están difundiendo las recomendaciones y medidas de seguridad para el comercio contenidas en la misma.

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

MEDIDA 23.- REFORMA DEL CÓDIGO PENAL

OBJETIVO: reducir la comisión de delitos contra el sector comercial

ACCIONES: Recogidas en el proyecto de reforma del Código Penal:

- **Se suprime la falta de hurto para incluirla como delito de hurto con penas.** Se configura como delito leve con pena de multa de uno a tres meses si resultara el hecho de escasa gravedad por el escaso valor de los bienes sustraídos y la situación económica de la víctima, no considerándose de escasa gravedad los casos en los que lo sustraído supere los 1.000 euros o en los que concurriesen circunstancias agravantes.
- Para ofrecer una respuesta adecuada a la **multirreincidencia y la delincuencia grave respecto de los delitos patrimoniales**, se regula un supuesto agravado aplicable a la delincuencia profesional y organizada: se prevé que se pueda condenar con el tipo agravado a penas de dos a cuatro años o, para el caso de delito de robo, de dos a cinco años.
- En dicha respuesta a la multirreincidencia se prevé también la imposición de medidas de seguridad en el caso de delincuentes patrimoniales peligrosos.
- Se modifica el **catálogo de agravantes específicas de los delitos patrimoniales** que pasan a ser aplicables a los delitos de hurto y a todas las modalidades de robo: situación de desamparo de la víctima, situaciones de catástrofe o calamidad pública, profesionalidad, utilización de menores de edad, porte de armas y actuación conjunta de varios miembros de un grupo u organización dedicada a la comisión de estos delitos.

- El **robo con fuerza** pasa a incluir –además del modo de comisión- los supuestos en los que la fuerza se utiliza para abandonar el lugar con el botín. Se incluye un supuesto agravado de robo con fuerza determinado por el modo de comisión (butrones, alunizajes) o la gravedad de los daños causados y en la regulación del robo con violencia se introduce un supuesto agravado para los casos de delitos cometidos en establecimiento abierto al público.
- Entre las **modalidades agravadas del delito de estafa** se incluyen la actuación del delincuente profesional, la comisión del delito por miembros de un grupo u organización criminal y la defraudación a una pluralidad de personas.

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

Agentes que colaboran en el desarrollo de la línea: Ministerio de Economía y Competitividad, Secretaría de Estado de Administraciones Públicas (Ministerio de Hacienda, Administraciones Públicas), Comunidades Autónomas y Entidades Locales.

MEDIDA 24.- FLEXIBILIZACIÓN DE HORARIOS COMERCIALES

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

ACCIONES:

Se ha introducido⁵ una mayor libertad de horarios y de apertura comercial en domingos y festivos fijando criterios que deberán seguirse por las Comunidades Autónomas en su determinación. Además se regula el concepto de Zona de Gran Afluencia Turística, introduciendo criterios básicos para su delimitación, que corresponderá aplicar a las Comunidades Autónomas.

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

ACTUACIONES: Se han producido las declaraciones de Zonas de Gran Afluencia Turística con arreglo a lo dispuesto en el RDL 20/2012, y en especial, en los 14 municipios designados por el Anexo de la Norma.

MEDIDA 25.- ELIMINACIÓN DE BARRERAS, AUTORIZACIONES Y TRABAS ADMINISTRATIVAS AL INICIO Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

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

⁵ Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.

ACCIONES:

Se han eliminado⁶cargas administrativas y trabas, suprimiendo las licencias municipales vinculadas con el acceso a la actividad, a los prestadores que desean emprender determinados negocios en los establecimientos comerciales con superficie inferior a 300 m², que se sustituyen por declaraciones responsables. Los cambios de titularidad que no comporten ninguna otra acción, serán sujetos únicamente a comunicaciones previas a la administración a los solos efectos informativos.

ACTUACIONES: Actualmente se encuentra en marcha un proceso de elaboración y aprobación de una Ordenanza Tipo con arreglo a lo dispuesto por la Disposición Adicional Primera de la propia Ley 12/2012. Dicha Ordenanza incorpora un modelo de declaración responsable para el inicio de las actividades del comercio minorista y de determinados servicios que será adoptada por los ayuntamientos que se vayan adhiriendo de forma voluntaria a la Ordenanza Tipo. El proceso de elaboración está teniendo lugar en el marco del Comité para la Mejora de la Regulación, y en el mismo intervienen tanto el Ministerio de Economía y Competitividad como el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, las Comunidades Autónomas y la Federación Española de Municipios y Provincias.

El Anteproyecto de ley de apoyo al emprendedor y su internacionalización amplía el umbral de superficie de 300 a 500 m² de los establecimientos hasta el cual los operadores están exentos de solicitar autorización y beneficia a 43 nuevas actividades de Comercio y Servicios. Asimismo se avanzará en la regulación de un Régimen Sancionador específico que garantice el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley.

MEDIDA 26.-PROMOVER LA UNIDAD DEL MERCADO EN EL ÁMBITO DEL SECTOR COMERCIAL, SIMPLIFICANDO LA REGULACIÓN DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD

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

ACCIONES:

El Consejo de Ministros del 25 de enero ha aprobado el Anteproyecto de Ley Garantía de Unidad de Mercado, que establece, para todas las actividades económicas, el principio de eficacia en todo el territorio nacional de las actuaciones administrativas, establece las bases de funcionamiento y

⁶ Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios.

cooperación entre las diferentes administraciones para mantener y garantizar en el futuro un marco regulatorio eficiente e introduce un sistema de resolución ágil de los problemas de los operadores.

Se simplifica el marco regulatorio, eliminando cargas e incentivando la productividad, la competitividad y las inversiones.

ACTUACIONES: Mediante acuerdo de la Comisión Delegada de Asuntos Económicos se ha creado un Grupo de Trabajo Interministerial, presidido por el Secretario de Estado de Comercio, para analizar las medidas que garanticen la unidad de mercado.

En julio de 2013 se aprobará la remisión a las Cortes Generales del Proyecto de Ley de Garantía de la Unidad de Mercado. Actualmente se está llevando a cabo un proceso de evaluación integral de la normativa sectorial (de más de 5.000 leyes y reglamentos) al objeto de adaptarla a esta ley, dentro del plazo de seis meses desde su entrada en vigor.

LINEA 9.- INTERNACIONALIZACIÓN

Agentes que colaboran en el desarrollo de la línea: Ministerio de Economía y Competitividad, Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), Comunidades Autónomas y Consejo Superior de Cámaras.

MEDIDA 27.- IMPULSAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL COMERCIO Y LOS SERVICIOS

OBJETIVO: Promover la apertura de establecimientos y el aumento de la facturación y el empleo en el exterior

ACCIONES:

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

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

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

El importe máximo del programa para cada empresa es de 25.100 euros, de los cuales 5.100 euros se aplican al análisis del modelo de negocio y asesoramiento y el resto, 20.000 euros, a gastos de promoción y personal.

- **Participación en ferias internacionales**

Las empresas que se internacionalizan vía franquicia pueden beneficiarse también del programa de participaciones, agrupadas en las dos principales ferias del mundo para el sector de la franquicia, que se celebran en París y México.

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). En 2013 ICEX tiene previsto organizar 4 pabellones oficiales, en Rusia (dos

ediciones), Corea y Japón y 38 participaciones agrupadas, 25 en la Unión Europea, 8 en Estados Unidos, 3 en China y 1 en Japón.

Los Pabellones Oficiales, organizados por ICEX, consisten en la participación conjunta de empresas españolas de un sector bajo una imagen común. ICEX ofrece un servicio “llave en mano”, convoca, gestiona y organiza la participación española.

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

- **Implantación comercial en el exterior**

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

- **Información sobre mercados exteriores**

Las empresas interesadas en los mercados internacionales, sea cual sea su actividad y experiencia en comercio exterior, cuentan con el servicio gratuito CAUCE - Centro de Atención Unificado en Comercio Exterior - de resolución de consultas. Este servicio unifica y centraliza toda la información y el asesoramiento sobre comercio exterior en un plazo máximo de 24 horas.

- **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.

LÍNEA 10.- FORMACIÓN Y EMPLEO

Agentes que colaboran en el desarrollo de la línea: Ministerio de Economía y Competitividad, Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo, Comunidades Autónomas y Mercasa.

MEDIDA 28.- ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN

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

ACCIONES:

- Mercasa desarrolla un programa de cursos en los centros de formación de la red de mercas, que están destinados a la formación de profesionales autónomos: carniceros, pescaderos y fruteros.
- **En el marco de la reforma del mercado laboral (Ley 3/2012) se ha procedido a una mejora de la eficiencia de la formación destinada a los trabajadores ocupados y desempleados,** financiada con recursos públicos, para mejorar su capacitación profesional. Esta Formación Profesional para el Empleo, responsabilidad de la administración laboral, cuando es de ámbito estatal, es gestionada por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo (constituida por la Administración General del Estado, a través del Servicio Público de Empleo Estatal, y las organizaciones empresariales y sindicales más representativas) colaborando y asistiendo técnicamente al Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) en sus actividades de gestión de las iniciativas de formación.

El nuevo modelo de formación profesional impulsado por la reforma del mercado laboral tiene como objetivos esenciales fomentar la competencia entre los servicios prestadores de formación, incrementando la **calidad de la formación**, y detectar las **prioridades formativas de los distintos sectores productivos**.

Durante 2012 ya se han puesto en marcha, por el Servicio Público de Empleo Estatal, **subvenciones públicas para financiar acciones formativas** de acuerdo con el nuevo modelo impulsado por la reforma del mercado laboral⁷, incluyendo al **comercio minorista** entre los

⁷ Resolución de 9 de agosto de 2012, del Servicio Público de Empleo Estatal, por la que se aprueba la convocatoria para la concesión de subvenciones para la ejecución de planes de formación, de ámbito estatal, dirigidos prioritariamente a las personas ocupadas, en aplicación de la Orden TAS/718/2008, de 7 de marzo y Resolución de 11 de octubre de 2012, del Servicio Público de Empleo Estatal, por la que se aprueba la convocatoria para la concesión, con cargo al ejercicio presupuestario de 2012, de subvenciones públicas para la ejecución de un programa específico de ámbito estatal de cualificación y mejora de la empleabilidad de jóvenes menores de treinta años, en aplicación de la Orden TAS/718/2008, de 7 de marzo, modificada por la Orden ESS/1726/2012, de 2 de agosto, por la que se regula la formación de oferta y se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones públicas destinadas a su financiación.

sectores empresariales que se pueden beneficiar de tales subvenciones. Los resultados de la convocatoria de estas subvenciones muestran un importante incremento de la oferta formativa, respecto a convocatorias anteriores, en particular en la convocatoria específicamente dirigida a mejorar la empleabilidad de los menores de 30 años.

Las convocatorias de estas subvenciones establecen determinadas áreas prioritarias de actuación (innovación, desarrollo tecnológico, internacionalización empresarial, emprendimiento) y contemplan la posibilidad que la formación impartida quede acreditada oficialmente mediante **Certificados de Profesionalidad**. Ello posibilita a sus beneficiarios, no solo el aprendizaje permanente, sino también configurar un itinerario formativo por unidades de competencia que se integra dentro del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación profesional con un reconocimiento hacia otros estudios oficiales de formación profesional y la obtención de nuevas cualificaciones.

ACTUACIONES: Estas convocatorias para financiar acciones formativas se están desarrollando en la actualidad y estarán vigentes hasta septiembre de 2013.

Las subvenciones concedidas al sector comercio en las convocatorias de 2012 ascienden a más de 16 millones de euros.

En el Repertorio Nacional de Certificados de Profesionalidad se incluye específicamente una familia profesional del ámbito del Comercio, así como otras familias y áreas profesionales muy conectadas con las necesidades formativas y particularidades de los profesionales del sector del comercio minorista, y la especialización en las competencias que requieren la comercialización de sus productos tales como alimentación, administración, textil, entre otras.

- **Contrato para la Formación y el aprendizaje**⁸ cuyo objetivo es reducir el elevado desempleo juvenil y mitigar los efectos del abandono temprano de los estudios permitiendo la obtención de una cualificación profesional que aumente su empleabilidad.
- La Secretaría de Estado de Comercio, a través de la Dirección de Comercio Interior, lanzará por el **Centro de Estudios Económicos y Comerciales** la primera edición on-line del “Master en Distribución de Gran Consumo”, (que cuenta con el apoyo de numerosas empresas y las

⁸ Art. 2, 3 y disposiciones transitorias séptima, octava y novena de la Ley 3/2012, de 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral (BOE de 7 de julio de 2012)

principales asociaciones del sector). El formato on-line permite facilitar una formación de alto nivel, en cualquier punto del territorio nacional.

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

ACTUACIONES: La inscripción en la primera edición on-line del Master de Distribución de Gran Consumo estará abierta a partir del 1 de abril y la docencia se impartirá entre octubre de 2013 y julio de 2014. Está prevista la continuidad del programa en posteriores cursos académicos.

- La Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria, del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente, va a desarrollar en 2013:
 - Actuaciones en materia de relaciones interprofesionales, de calidad alimentaria, promoción alimentaria, trazabilidad, etiquetado, normativa alimentaria, medio ambiente e innovación.
 - Actuaciones en materia de formación profesional y empresarial del sector, mediante la difusión del Programa de Alta Formación para Gestores de Empresas de la Cadena Alimentaria, con el objetivo de capacitar a los gestores de empresas del pequeño comercio en temas de gestión empresarial.

MEDIDA 29.- APOYO A DETERMINADOS COLECTIVOS CON DIFICULTADES PARA SU INSERCIÓN LABORAL

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

ACCIONES:

Reforma de la normativa laboral: la Ley 3/2012, de 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral

Contrato Indefinido de Apoyo a los Emprendedores (Art.4) En el caso de que la adaptación a horarios comerciales más amplios requiera la contratación de nuevo personal, el pequeño comerciante forma parte del perfil empresarial al que va dirigido el contrato indefinido de apoyo a los emprendedores, una modalidad para empresas de menos de 50 trabajadores que contempla un

abanico de deducciones fiscales y bonificaciones en materia de Seguridad Social, especialmente ventajosas para contratación de jóvenes:

- Bonificación en la cuota de la Seguridad Social de hasta 3.600 euros a la contratación indefinida de jóvenes entre 16 y 30 años durante tres años.
- La empresa tendrá derecho a una deducción en su cuota íntegra de 3.000 euros cuando contrate a su primer trabajador joven, siempre que tenga menos de 30 años (Disposición final decimoséptima por la que se modifica el artículo 43 del texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades).
- Bonificación de hasta 4.500€ por contratación de parados de larga duración (>45 años)

El Gobierno ha aprobado la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016 con medidas e incentivos a la contratación y emprendimiento de los jóvenes hasta que la tasa de paro descienda al 15%.

Entre otras medidas, destacan los **estímulos a la contratación de jóvenes en situación de desempleo: Real Decreto-ley 4/2013, de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo.**

- Incentivos destinados a la contratación a tiempo parcial con vinculación formativa. La cuota de la empresa a la Seguridad Social se reducirá en un 75 por 100 para empresas de más de 250 trabajadores y en un 100 por 100 para el resto, cuando se contrate a tiempo parcial con vinculación formativa a menores de treinta años sin experiencia laboral previa o que provengan de sectores donde no haya demanda de empleo o que se encuentren desempleados desde hace más de doce meses. Este incentivo se revela especialmente útil para aquellas empresas del sector del comercio que quieran incorporar a nuevos trabajadores en proceso de formación para cubrir pocas horas de trabajo.
- Incentivos a la contratación indefinida de un joven por microempresas (de hasta nueve trabajadores) y empresarios autónomos, se beneficiarán de una reducción del 100 por 100 de la cuota de la empresa a la Seguridad Social por contingencias comunes durante el primer año por la contratación indefinida de un desempleado menor de treinta años.
- Incentivos al contrato en prácticas para que aquellos jóvenes de hasta treinta años que hayan terminado su periodo formativo puedan tener una primera experiencia laboral vinculada a su

titulación. Se establecerá una reducción de la cuota de la empresa a la Seguridad Social por contingencias comunes de hasta el 50 por 100.

- Modificación del actual contrato temporal previsto en el artículo 15.1 b) del Estatuto de los Trabajadores, para contratar a menores de treinta años desempleados sin experiencia profesional previa, con incentivos a su transformación en indefinido (bonificación de quinientos euros/año durante tres años o setecientos euros si se suscribe con mujeres).

MEDIDA 30-FOMENTO DE LA CONTRATACIÓN Y LA FLEXIBILIDAD EN LAS CONDICIONES DE TRABAJO

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

ACCIONES:

Reforma de la normativa laboral: la Ley 3/2012, de 6 de julio, de medidas urgentes para la reforma del mercado laboral introduce medidas que facilitan la adecuación de las plantillas a las necesidades del pequeño comercio. Unas medidas que contribuyen a la creación de un nuevo modelo de mercado laboral más dinámico, flexible y generador de oportunidades y cuyo objetivo final es evitar que el despido se convierta en el único mecanismo de ajuste en épocas de disminución o variaciones en la demanda, además de ofrecer diversas alternativas para que las empresas del sector puedan adaptarse a la ampliación de los horarios comerciales. Entre otras medidas, cabe destacar las siguientes:

- **Flexibilidad en la organización del tiempo de trabajo.** (Art. 9.1.) La reforma laboral permite a la empresa, en defecto de pacto, distribuir, de manera irregular un 10% de la jornada de trabajo a lo largo del año. Esto posibilita que, con el mismo número de trabajadores, se pueda dar cobertura a un calendario de apertura en el que se incluyan los festivos y los horarios que la nueva legislación habilita.
- **Posibilidad de que los trabajadores contratados a tiempo parcial puedan realizar horas extraordinarias** (Art.5) que resulta de especial interés para los comerciantes puesto que les permite acomodar la disponibilidad de los trabajadores al desarrollo de la actividad comercial.
- **Bonificaciones para los comerciantes vinculados al sector turístico que amplíen su periodo de actividad** (DA12). Las empresas del comercio vinculadas al sector turístico que generen actividad en los meses de marzo y noviembre ocupando a trabajadores fijos discontinuos, tienen derecho a una bonificación en dichos meses del 50% de las cuotas empresariales a la Seguridad Social.

- **Flexibilidad en el régimen de la movilidad funcional**(Art. 10), con el objetivo de potenciar la polivalencia funcional de los trabajadores, lo que resulta especialmente relevante para las empresas, como las del sector del comercio minorista, de reducidas dimensiones pero con necesidad de servicios laborales de diversa naturaleza.
- **Flexibilidad del régimen de modificación sustancial de condiciones de trabajo** (Art. 12), entre ellas, las condiciones referidas a la jornada, horario y trabajo a turnos, aportando un mayor margen de maniobra a las empresas para adaptar tales aspectos a las variaciones en la demanda o necesidades productivas, tales como son las que se producen en el sector del comercio en determinadas épocas del año o las que se derivan de la ampliación de horarios comerciales.
- **Mayor adaptación de la negociación colectiva a las necesidades de la empresa** (Art. 14), tanto a través de la prioridad aplicativa del convenio de empresa frente a los convenios sectoriales en toda una serie de materias clave (jornada, horario, remuneración, funciones de los trabajadores, entre otras) para la gestión de las relaciones laborales, como a través de la mayores posibilidades de inaplicación del convenio colectivo cuando concurren situaciones de disminución de la actividad empresarial. Este último especialmente relevante en el sector del comercio minorista, expuesto a habituales fluctuaciones de la demanda e integrado de por empresas de pequeñas dimensiones sin la capacidad suficiente para disponer de un convenio propio.

4. AGENTES IMPLICADOS EN EL PLAN

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

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