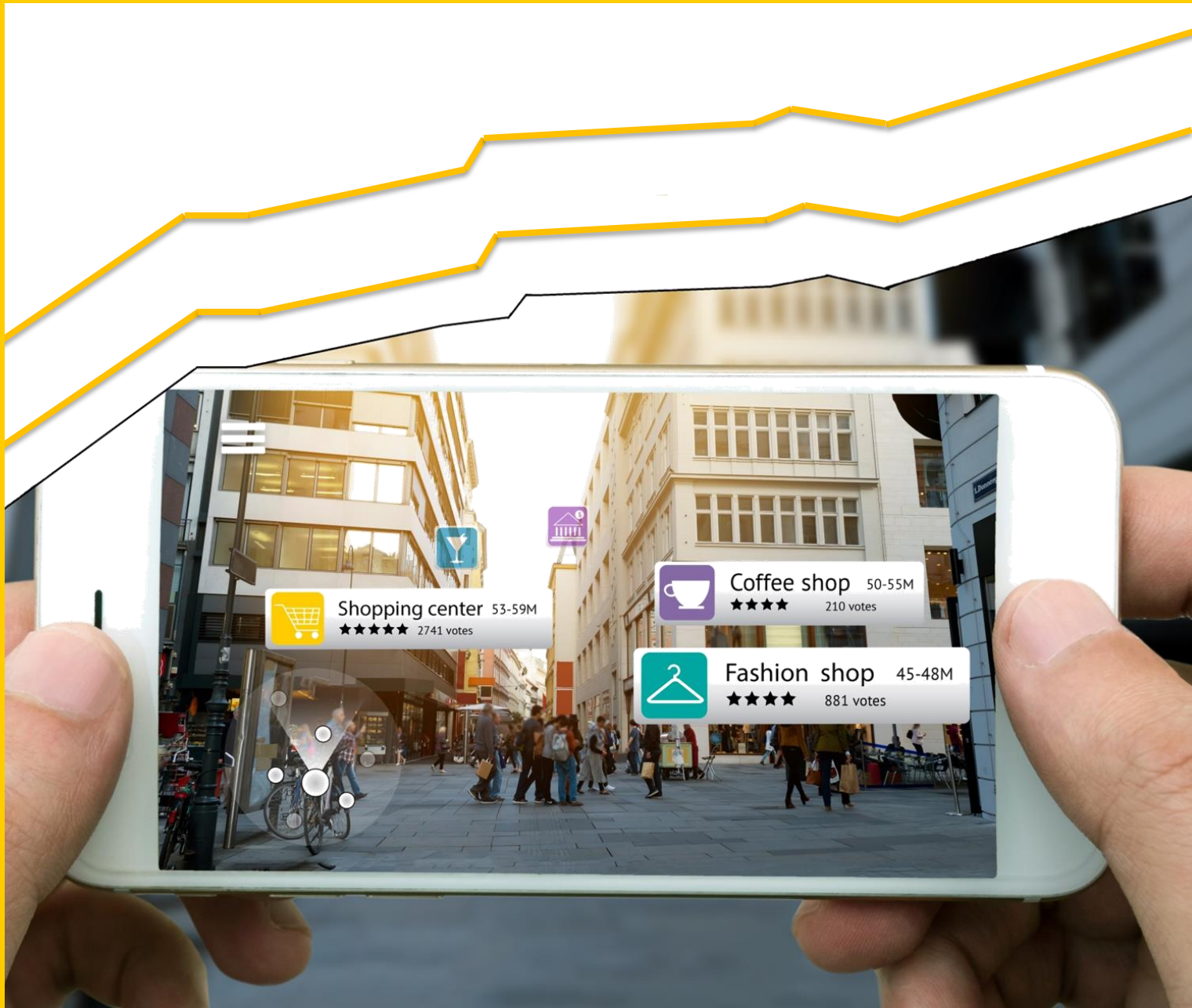


PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2017



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE ECONOMÍA, INDUSTRIA
Y COMPETITIVIDAD

ÍNDICE

EL PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2017.....	3
LÍNEAS DEL PLAN DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2017.	8
LÍNEA 1.-INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL COMERCIO.	9
– <i>MEDIDA 1.- PROGRAMAS DE ASESORAMIENTO EN INNOVACION Y DIVULGATIVAS EN EL CONOCIMIENTO DE LA INNOVACIÓN.....</i>	<i>11</i>
– <i>MEDIDA 2.- PROGRAMA DE AYUDAS A LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS CLOUD COMPUTING.</i>	<i>13</i>
– <i>MEDIDA 3.- PROMOVER LA APERTURA DEL CANAL ON-LINE EN EL COMERCIO. ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN Y AYUDAS PARA IMPULSAR LA ECONOMÍA DIGITAL.</i>	<i>16</i>
– <i>MEDIDA 4.- RECONOCIMIENTO DE PROYECTOS INNOVADORES EN EL SECTOR.....</i>	<i>17</i>
– <i>MEDIDA 5.- AYUDAS A LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO DEL SECTOR DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA.</i>	<i>20</i>
– <i>MEDIDA 6.- GENERACION DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS EN EL COMERCIO MINORISTA.</i>	<i>21</i>
LÍNEA 2.- MODERNIZACIÓN DE CENTROS COMERCIALES ABIERTOS, MERCADOS MUNICIPALES Y ESTRUCTURAS COMERCIALES.....	23
– <i>MEDIDA 7.- MEJORA DE MERCADOS MUNICIPALES.....</i>	<i>24</i>
– <i>MEDIDA 8.- MEJORA DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.</i>	<i>24</i>
– <i>MEDIDA 9.- AYUDAS PARA EL FOMENTO DE LA ACTIVIDAD EN EL SECTOR COMERCIAL Y CORRECCIÓN DE DESEQUILIBRIOS ECONÓMICOS INTERTERRITORIALES.</i>	<i>26</i>
– <i>MEDIDA 10.- APOYO AL COMERCIO MINORISTA A TRAVÉS DEL DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE.....</i>	<i>27</i>
LÍNEA 3.- APOYO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	29
– <i>MEDIDA 11.- FONDOS DE FINANCIACIÓN DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y ENTIDADES LOCALES. .</i>	<i>30</i>
– <i>MEDIDA 12- LÍNEAS DE CRÉDITO ICO PARA PYMES.....</i>	<i>32</i>
– <i>MEDIDA 13- AYUDAS PARA LA REHABILITACIÓN EDIFICATORIA Y ENERGÉTICA DE EDIFICIOS.</i>	<i>33</i>
– <i>MEDIDA 14.-REAFIANZAMIENTO DE AVALES.....</i>	<i>38</i>
– <i>MEDIDA 15.- LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN (ENISA).</i>	<i>39</i>
LÍNEA 4.- PROMOCIÓN COMERCIAL.	42
– <i>MEDIDA 16.- CAMPAÑAS DE DINAMIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES ÁREAS COMERCIALES Y SECTORES COMERCIALES.</i>	<i>42</i>
– <i>MEDIDA 17.-PROMOCIÓN DE MERCADOS MUNICIPALES Y PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN.</i>	<i>44</i>
– <i>MEDIDA 18- PROMOCIÓN DEL USO DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS EN COLABORACIÓN CON LOS COMERCIANTES Y LOS MEDIOS DE PAGO.</i>	<i>47</i>
– <i>MEDIDA 19.- PROGRAMAS DE INCENTIVOS SECTORIALES. Plan de Impulso a la Movilidad con Vehículos de Energías Alternativas (Plan MOVEA 2017).</i>	<i>50</i>

LÍNEA 5.-APOYO AL EMPRENDEDOR.	52
– <i>MEDIDA 20.- APOYO PARA EL EMPRENDIMIENTO.</i>	<i>53</i>
– <i>MEDIDA 21.- ACCIONES DE DIFUSIÓN DE LA OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS Y DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES Y DEL LIBRO.</i>	<i>58</i>
– <i>MEDIDA 22.- ACCIONES LEGISLATIVAS DE APOYO A AUTÓNOMOS Y EMPRENDEDORES.</i>	<i>60</i>
– <i>MEDIDA 23.- DETERMINACIÓN DE BUENAS Y MALAS PRÁCTICAS EN EL ÁMBITO DE LA UNIDAD DE MERCADO</i>	<i>62</i>
LÍNEA 6.- COMERCIO Y TURISMO.	63
– <i>MEDIDA 24.- POTENCIACIÓN DE ESPAÑA COMO DESTINO DE TURISMO DE COMPRAS EN EL EXTERIOR. .</i>	<i>64</i>
LÍNEA 7.-SEGURIDAD.....	70
– <i>MEDIDA 25.- PLANES PARA LA MEJORA DE LA SEGURIDAD EN EL COMERCIO.</i>	<i>70</i>
– <i>MEDIDA 26.- SEGURIDAD DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.</i>	<i>73</i>
– <i>MEDIDA 27.- RECUPERACIÓN Y GESTIÓN DE BIENES PROCEDENTES DE ACTIVIDADES DELICTIVAS.</i>	<i>74</i>
LÍNEA 8.- MEDIDAS LEGISLATIVAS DE IMPULSO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DE ELIMINACIÓN DE BARRERAS.....	77
– <i>MEDIDA 28.- SEGUIMIENTO MEDIDAS LEGISLATIVAS.</i>	<i>77</i>
– <i>MEDIDA 29.- EVOLUCIÓN DE LAS ZONAS DE GRAN AFLUENCIA TURÍSTICA.</i>	<i>79</i>
– <i>MEDIDA 30.- SEGUIMIENTO DE LAS MEDIDAS DE INCREMENTO DE LA COMPETENCIA EN EL SECTOR DE LOS HIDROCARBUROS.</i>	<i>82</i>
LÍNEA 9.-INTERNACIONALIZACIÓN.	84
– <i>MEDIDA 31.- APOYAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL COMERCIO Y LOS SERVICIOS.....</i>	<i>84</i>
– <i>MEDIDA 32.- ASESORAMIENTO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL COMERCIO Y LOS SERVICIOS.</i>	<i>86</i>
LÍNEA 10. FORMACIÓN Y EMPLEO.....	88
– <i>MEDIDA 33.- PROGRAMA DE FORMACIÓN DE AGENTES COMERCIALES.....</i>	<i>89</i>
– <i>MEDIDA 34.- SISTEMA NACIONAL DE GARANTÍA JUVENIL.</i>	<i>89</i>
– <i>MEDIDA 35.- PROGRAMAS DE RED.ES DE FORMACIÓN EN TIC Y EN ECONOMÍA DIGITAL.</i>	<i>91</i>
– <i>MEDIDA 36.- FORMACIÓN SECTORIAL. Proyecto E-FishNet.....</i>	<i>93</i>
– <i>MEDIDA 37.- PLANES DE FORMACIÓN.....</i>	<i>94</i>
– <i>MEDIDA 38.- TITULACIONES DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING.</i>	<i>97</i>
– <i>MEDIDA 39.- FORMACIÓN EN EXPERIENCIA DE CLIENTE. (CUSTOMER EXPERIENCE)</i>	<i>99</i>
– <i>MEDIDA 40.-ANÁLISIS DEL RELEVO GENERACIONAL EN EL COMERCIO.....</i>	<i>101</i>
– <i>MEDIDA 41.-FOMENTO DE LA CONTRATACIÓN Y LA FLEXIBILIDAD EN LAS CONDICIONES DE TRABAJO. .</i>	<i>102</i>
– <i>AGENTES IMPLICADOS EN EL PLAN.....</i>	<i>103</i>

EL PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2017.

El Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, en colaboración con otros departamentos ministeriales, organismos y entidades, desarrollan actuaciones con repercusión en el apoyo a la modernización e innovación del comercio minorista de nuestras ciudades, con el objetivo de potenciar la competitividad de los comercios en un entorno seguro, la innovación y desarrollo tecnológico de las pymes, su capacitación y creación de empleo, promoviendo la sostenibilidad de los pequeños comercios y las áreas comerciales tradicionales urbanas.

Por ello y en virtud de la importancia que tiene este sector en nuestra economía por su contribución a la generación de empleo y riqueza, se integran en este documento las medidas dirigidas a las pymes del comercio minorista para alcanzar un nivel de competitividad acorde con las circunstancias actuales que requiere la sociedad y nuevos hábitos de consumo, en permanente cambio y adaptación a las nuevas tecnologías.

Así, el Plan de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2017 presta especial atención a las medidas incluidas en líneas estratégicas orientadas a: la innovación, como estrategia indispensable de adaptación a las nuevos hábitos de compra y de venta, mediante el asesoramiento, la formación en nuevas tecnologías y la ayuda directa para su implementación, haciendo de nuestros comercios negocios que sin perder su singularidad sean actuales, modernos e innovadores; el fomento de los centros comerciales abiertos y mercados municipales, como formas tradicionales de comercio que mantienen la vida y la actividad en las calles y en el centro de las ciudades; el apoyo financiero a las empresas, para facilitar las iniciativas de modernización e inversión en los comercios; la promoción comercial y la reactivación de la demanda, que aumente las ventas y la sostenibilidad de los negocios; el fomentar las sinergias entre comercio y turismo promocionando el turismo de compras, de forma que los turistas que nos visitan se lleven una experiencia satisfactoria completa en sus compras; el seguimiento de los efectos de la aplicación de las medidas legislativas adoptadas

en la eliminación de trabas y obstáculos al ejercicio de la actividad comercial; el impulso a la internacionalización, como estímulo a ampliar mercado y la imagen de calidad de los productos españoles en otros países; el apoyo a la seguridad en el comercio y en la protección de las marcas; y las medidas de facilitación del empleo y la formación, que dignifiquen la profesión y aseguren un empleo digno y cualificado.

Estas actuaciones se desarrollan en colaboración y dentro de las competencias asignadas a cada entidad colaboradora, participando doce Ministerios en el Plan Integral por razón de sus competencias: Ministerio de Economía, Industria y Competitividad; Ministerio de Empleo y Seguridad Social; Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital; Ministerio del Interior; Ministerio de Justicia; Ministerio de Hacienda y Función Pública; Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente; Ministerio de Fomento; Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y Ministerio de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales, así como con las comunidades autónomas, los ayuntamientos, la Federación Española de Municipios y Provincias, la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, las Cámaras de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, la Sociedad Estatal Mercados Centrales de Abastecimiento S.A., S.M.E., M.P. (Mercasa), la Escuela de Organización Industrial (EOI) y las principales organizaciones empresariales del sector comercial.

Con objeto de establecer formas de colaboración específicas para el desarrollo de las medidas del plan integral de la forma más eficaz, para alcanzar el objetivo de los comercios de las ciudades y municipios, la Federación Española de Municipios y Provincias cooperará con la Secretaría de Estado de Comercio en el marco de un convenio de colaboración.

Las medidas contenidas en este Plan fueron informadas en Conferencia Sectorial de Comercio Interior en su sesión de 21 de abril de 2017, y se financiarán con cargo a las disponibilidades presupuestarias del ejercicio 2017 sin que puedan implicar gasto adicional a dichas disponibilidades.

LA SITUACIÓN DEL SECTOR.

El comercio es un sector estratégicamente muy importante, supone el 12,0% del PIB total de la economía española. **El comercio minorista** en concreto constituye por sí solo el **5,0% del PIB total**.

Las 458.169 **empresas del comercio minorista** suponen el **14,0% del total de empresas** de la economía española según los últimos datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de enero de 2017. Respecto a la tipología de las empresas del comercio minorista atendiendo únicamente al estrato de asalariados, en enero de 2017, un 50,74% de las empresas no presenta asalariados (232.472); un 47,69% son microempresas entre 1 y 9 asalariados; un 1,35% son pequeñas empresas entre 10 y 49 asalariados.

Los 573.676 **establecimientos del comercio minorista** representan el 15,5% del total de establecimientos.

El **gasto en consumo final de los hogares** creció en el año 2016 un **3,2%**, siendo el tercer año consecutivo en el que el gasto en consumo final de los hogares tiene tasas de crecimiento anual positivas (en el año 2014 creció un 1,6% y en el 2015 un 2,8%), después de tres años con tasas anuales negativas. En el primer trimestre de 2017, el gasto en consumo final de los hogares experimentó un crecimiento anual del 2,5%.

El Índice de Comercio Minorista (ICM) es un indicador clave para el seguimiento de la actividad comercial. **En 2016 las ventas aumentaron un 3,7%** interanual a precios constantes. En línea con la evolución del consumo de los hogares, las ventas del comercio español crecen por tercer año consecutivo y lo hacen además ligeramente por encima de los dos años anteriores (2014→0,9%; 2015→3,6%).

Es importante destacar la **consolidación de la línea alcista de las ventas minoristas**. Tras 6 años consecutivos de caídas, en septiembre de 2013 se inicia este cambio de tendencia que dura ya, por tanto, más de 3 años.

El crecimiento de las ventas se produce en todas las comunidades y ciudades autónomas, pero especialmente en las más turísticas: Islas Baleares, Canarias y Comunidad de Madrid, todas ellas creciendo por encima de la media.

También han experimentado crecimientos todos los formatos. Más acusado en grandes cadenas y grandes superficies, pero también destacado en empresas unilocalizadas y pequeñas cadenas.

El ICM recoge también el **índice de ocupación**, que lleva **39 meses consecutivos con tasas positivas y que subió en 2016 un 1,7%**. También aquí las comunidades autónomas con mayores incrementos son las más turísticas.

En los siete primeros meses de 2017, el empleo en el sector del comercio minorista según el Índice de Ocupación aumentó en media un 1,9% en relación al mismo periodo del año anterior.

Los buenos datos de las ventas se manifiestan también en el comercio electrónico que mantiene tasas de crecimiento importantes desde hace años. Según los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) **el comercio electrónico supera en España los 6.656 millones de euros en el cuarto trimestre de 2016, un 25,4% más que en el año anterior**. Los sectores de actividad con mayores ingresos fueron las agencias de viajes y los operadores turísticos, con el 10,7% de la facturación total; el transporte aéreo, con el 9,3% y las prendas de vestir, en tercer lugar, con el 7,2%. Si nos fijamos en el número de transacciones, **en el cuarto trimestre de 2016 se registraron más de 117 millones de operaciones, un 35,7% más**. El *marketing* directo y los discos, libros, periódicos y papelería lideraron el *ranking* por compraventas (8,1% y 6,4% respectivamente).

Los buenos datos de las ventas se ven corroborados por los de la afiliación a la Seguridad Social. Desde febrero de 2014 se han registrado crecimientos constantes de la afiliación en este sector. **En julio de 2017 (a fin de mes), los afiliados totales a la Seguridad Social del comercio minorista eran 1.939.460, 26.181 más que en el mismo mes del año anterior (+1,3% interanual), siendo ya 42 meses consecutivos de aumentos interanuales.**

Según los últimos datos del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), el comercio minorista lleva 44 meses consecutivos de caídas interanuales del paro registrado (desde diciembre de 2013). En julio de 2017 el número de parados en el comercio minorista alcanzó los 303.690, 25.598 parados menos que en junio de 2016 (-7,8% interanual).

El turismo ha sido uno de los motores de la recuperación de la economía española. En el 2016 asistimos a un nuevo récord en la llegada de turistas extranjeros. Se alcanzó la cifra de 75,6 millones de turistas internacionales, un 10,3% más que en el año anterior (INE, Frontur). En los siete primeros meses de 2017 el número de turistas que visitan España aumenta un 11,3% y roza los 46,9 millones. Además del significativo número de turistas extranjeros, el gasto turístico ha aumentado correlativamente. **En el año 2016 los turistas internacionales realizaron un gasto turístico de 77.625 millones de euros, con un incremento interanual del 9,0%** (INE, Encuesta de gasto turístico). En los seis primeros meses de 2017 el gasto turístico aumenta un 14,8% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando los 37.217 millones de euros.

El gasto turístico también se puede medir a través de las operaciones de compra y retirada de efectivo realizadas en España con tarjetas extranjeras en terminales y cajeros a los sistemas de medios de pago (Sistema 4B, S.A, Sistema Euro 6000 y Servired Sociedad Española de Medios de Pago SA). En el año 2016 se han producido en España más de 323 millones de operaciones con tarjetas extranjeras, por un importe de 29.208,2 millones de euros.

El peso de las compras dentro de las operaciones realizadas se mantiene como en 2015. En el año 2016 las compras suponen el 86,5% de las operaciones frente al 13,5% de disposición en efectivo. En 2016, tan solo en compras se han producido más de 280 millones de operaciones, por un importe de 22.032,5 millones de euros.

LÍNEAS DEL PLAN DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2017.

- Línea 1.- Innovación y nuevas tecnologías en el comercio.
- Línea 2.- Modernización de centros comerciales abiertos, mercados municipales y estructuras comerciales.
- Línea 3.- Apoyo económico y financiero.
- Línea 4.- Promoción comercial.
- Línea 5.- Apoyo al emprendedor.
- 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 NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL COMERCIO.

Los avances tecnológicos y los cambios en el comportamiento del consumidor, fortalecidos por los nuevos dispositivos y medios tecnológicos a nuestra disposición están transformando el mundo del retail. La Innovación para impulsar la competitividad en el comercio minorista son retos que el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del comercio Minorista de España aborda en la primera línea, con medidas de apoyo a la innovación que van desde medidas de asesoramiento para la mejora de la gestión del punto de venta y la adopción de soluciones innovadoras, formación en las nuevas tecnologías y ayudas para aumentar el uso de las TICs, así como a través del reconocimiento a las iniciativas de desarrollo comercial y modernización empresarial.

El comercio electrónico está adquiriendo gran importancia en España: la Encuesta INE sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los hogares 2016 nos aporta los siguientes resultados:

- *El 81,9% de las viviendas con al menos un miembro de 16 a 74 años dispone de acceso a internet.*
- *El porcentaje de personas que han comprado a través de internet en los últimos tres meses aumenta 2,8 puntos, alcanzando una penetración del 34,9% de la población.*
- *Una de cada tres personas de 16 a 74 años de edad ha comprado a través de internet en los últimos tres meses.*
- *Más de 17 millones de personas (el 50,1% de la población) han realizado operaciones de comercio electrónico alguna vez en su vida.*
- *Los productos/ servicios más comprados son alojamiento de vacaciones (por el 55,1% de las personas que han comprado a través de internet en el último año), material deportivo, ropa (52,4%), otros servicios para viajes (49,0%) y entradas para espectáculos (46,9%).*

- *Respecto a 2015, los usuarios de comercio electrónico han comprado más veces por internet, pero se han gastado menos en los últimos tres meses.*
- *El número medio de compras se sitúa en torno a 4,3 compras (0,3 puntos más que en 2015) y el gasto medio estimado es de unos 270 euros en esos tres meses (10 euros menos que el año anterior). Por lo tanto, el gasto promedio de cada compra se aproxima a los 63 euros (siete menos que en 2015).*

Según el último informe ONTSI (Observatorio nacional de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información) el negocio B2C es de 20.745 millones de euros (crece un 27,5% respecto al año 2014). Este informe aporta además las siguientes conclusiones:

- *Los sectores que siguen liderando el negocio on-line son los relacionados con el turismo (billetes de transporte y reservas de alojamiento), junto con la ropa, complementos y artículos deportivos y las entradas a espectáculos.*
- *El perfil del comprador on-line sigue siendo, como en años anteriores, similar al del perfil tradicional de internauta: más intensivo entre los hombres, los grupos de edad de 35 a 49 años, con estudios secundarios o universitarios, de nivel socioeconómico medio y medio alto, y residentes en hábitats urbanos (más de 100.000 habitantes). El perfil del nuevo comprador en 2015 es el de mujeres con edades entre 35 y 49 años y, en menor medida, de 15 a 24 años residentes en poblaciones grandes (más de 100 mil habitantes), de clase social media y sin niños.*
- *El hogar sigue siendo, sin duda, el lugar preferido para realizar las compras (92,2%).*
- *Se mantiene la irregularidad en la frecuencia. Seis de cada diez compradores declara no tener una frecuencia fija para este tipo de operaciones.*
- *Motivación del comprador on-line: la comodidad en la compra, ahorro de tiempo y las promociones/ofertas les hacen decantarse por el canal on-line. También la amplitud de oferta, facilidad de las operaciones y posibilidad de encontrar productos que no se consiguen en tienda física.*

- *La búsqueda on-line incrementa significativamente su presencia como el principal método de búsqueda de información y de comparación de precios. En esa búsqueda, debe destacarse, además, el crecimiento del uso de dispositivos móviles, aunque todavía sigue siendo minoritario frente al ordenador convencional.*
- *Los sitios web que venden exclusiva o principalmente por internet se consolidan como primer canal de compra (62,7%) seguidos de las web de fabricante (42,9%). Las tiendas con establecimiento físico y venta on-line experimentan un empuje importante respecto a 2014.*
- *La tarjeta de crédito/débito sigue siendo la forma de pago preferida a la hora de hacer la compra (67,2%), mientras PayPal se consolida como segunda opción de preferencia (22,9%). El pago contra reembolso cada vez es más minoritario y el pago a través del móvil no termina de despegar.*

MEDIDA 1.- PROGRAMAS DE ASESORAMIENTO EN INNOVACION Y DIVULGATIVAS EN EL CONOCIMIENTO DE LA INNOVACIÓN.

OBJETIVO: avanzar en la mejora en la gestión del punto de venta y la adopción de tecnologías y de soluciones innovadoras, que permitan a la pyme mejorar su situación competitiva, adaptándose a los cambios en los hábitos de compra.

Esta medida se desarrollará en el marco del **convenio de colaboración** que se suscribe por la **Secretaría de Estado de Comercio** con la **Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España** en el ejercicio 2017 cuya dotación para actuaciones a través de las Cámaras de Comercio asciende a **4 millones de euros**.

Programa individualizado de asesoramiento para la innovación comercial.

El Programa individualizado de innovación comercial se basa en un **análisis sistematizado del establecimiento comercial** con el fin de proporcionar al comerciante una serie de **recomendaciones para la renovación y optimización de la gestión de su establecimiento**.

Se impulsa a las pymes comerciales participantes a adoptar metodologías y soluciones que permitan mejorar su situación competitiva y su grado de digitalización, adaptándose a los nuevos desarrollos tecnológicos y a las nuevas formas y hábitos de consumo.

Así mismo, en el marco de las tareas de elaboración de la Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico, se ha **propuesto priorizar acciones orientadas a la mejora de los establecimientos físicos en la atención a las necesidades en segmentos de población mayor**; y a la adaptación de comercios con venta *on line*, ofertando procesos de compra sencillos que atraigan a personas mayores y mediante la adecuación de la **oferta comercial hacia estos colectivos**, con un enfoque **“age-friendly”**.

Actividades colectivas divulgativas de innovación.

Actividades colectivas divulgativas de innovación y de capacitación con el objeto de **incentivar y mejorar la capacidad de las pymes comerciales en diferentes áreas o materias estratégicas** dentro de los siguientes ejes:

- **Comercio electrónico**: tienda propia, incorporación a plataformas de comercio electrónico de terceros, soluciones de comercio electrónico.
- **Marketing digital**: presencia *web*, redes sociales, reputación digital, elaboración de material promocional.
- **Líneas de ayuda** para la innovación y digitalización del comercio.

- **Turismo de compras:** atención al cliente nacional e internacional.
- **Nuevos hábitos de consumo y nuevas oportunidades de negocio.**
- **Técnicas de venta,** cómo tratar al cliente, habilidades de negociación, experiencias de compra.
- **Adhesión de los establecimientos al Sistema arbitral de consumo.**
- **Jornadas demostrativas** de experiencias innovadoras de éxito y promoción de los valores del sector comercial.

MEDIDA 2.- PROGRAMA DE AYUDAS A LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS *CLOUD COMPUTING*.

OBJETIVO: ofrecer ayudas a las pymes y autónomos para la adopción de soluciones *cloud*.

A iniciativa del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, el Gobierno aprobó, el 15 de febrero de 2013, la **Agenda Digital para España**, que marca la hoja de ruta para el cumplimiento de los objetivos de la Agenda Digital para Europa en 2015 - 2020, e incorpora objetivos específicos para el desarrollo de la economía y la sociedad digital en España.

Dentro del marco de esta Agenda Digital para España, Red.es promueve el desarrollo de la economía digital para lograr el crecimiento, la competitividad y la internacionalización de las empresas españolas y conseguir que las empresas realicen un uso más eficiente e intensivo de las tecnologías digitales y el comercio electrónico, transformando así sus procesos y estructuras, en aras de mejorar su productividad y competitividad.

El **Programa de fomento de la demanda de soluciones *Cloud Computing* para pyme y autónomos**, convocado por Red.es el 19 de agosto de 2015 mediante Resolución de 31 de julio, tiene como

objetivo promover la adopción de soluciones empresariales basadas en tecnología *cloud computing*, orientadas a incrementar la eficiencia, flexibilizar la gestión y reducir costes operativos, permitiendo mejorar la competitividad de las pymes españolas.

Está **dotado con 40 millones de euros** territorializados en función de la disponibilidad de Fondos FEDER.

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

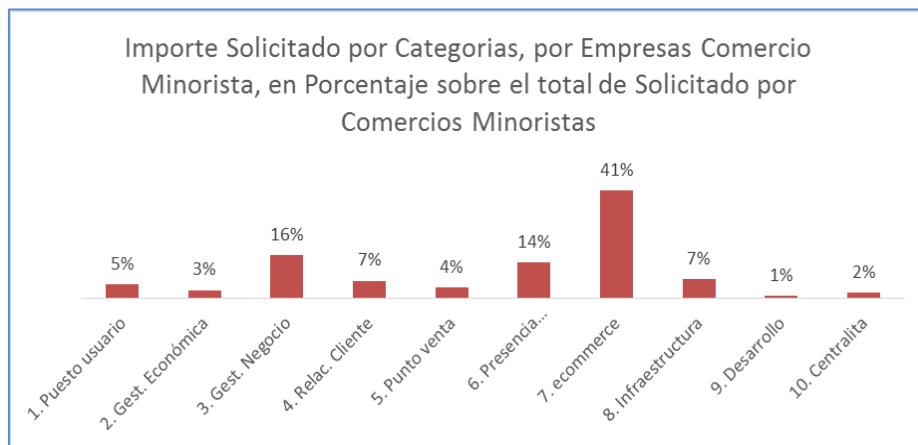
- Categoría 1. Puesto de usuario.
- Categoría 2. Gestión económica.
- Categoría 3. Gestión negocio.
- Categoría 4. Relación con clientes.
- Categoría 5. Gestión del punto de venta.
- Categoría 6. Presencia en internet.
- Categoría 7. Comercio electrónico.
- Categoría 8. Infraestructura como servicio.
- Categoría 9. Plataforma de desarrollo como servicio.
- Categoría 10. Centralita virtual.

El plazo de presentación de solicitudes estuvo vigente desde el 18 de mayo hasta el 8 de junio de 2016. De las 5.419 solicitudes recibidas, se han identificado **1.476 de pymes y autónomos de comercio minorista**. Durante el año 2017 se resolverá la convocatoria de estas ayudas.

Sobre un total de más de 48 millones de euros solicitados para un total de 40 millones de euros subvencionables de todo el programa, el comercio minorista ha realizado solicitudes por valor de más de **10 millones de euros**, es decir, en torno al 20,8%, con el siguiente desglose.

Comunidad	Importe Subvencionable	Importe Comercio Minorista
Andalucía	22.263.525,74 €	3.645.780,04 €
Aragón	959.941,53 €	254.082,52 €
Asturias, Principado de	660.116,24 €	144.078,22 €
Baleares, Islas	443.813,99 €	134.201,00 €
Canarias	1.822.699,08 €	572.441,85 €
Cantabria	432.248,10 €	29.926,00 €
Castilla- La Mancha	2.002.062,84 €	284.635,20 €
Cataluña	1.201.405,83 €	240.151,48 €
C. Valenciana	3.141.204,43 €	784.056,81 €
Extremadura	2.025.877,15 €	478.099,01 €
Galicia	3.659.986,04 €	962.137,82 €
C. de Madrid	3.579.96,34 €	826.002,47 €
R. de Murcia	3.116.043,73 €	799.752,30 €
C. Foral de Navarra	251.464,66 €	72.915,00 €
País Vasco	1.307.265,26 €	361.998,20 €
La Rioja	72.432,90 €	4.663,20 €
Ciudad Autónoma de Ceuta	44.642,20 €	0 €
Ciudad Autónoma de Melilla	28.599,98 €	4.635,00 €

En el siguiente gráfico se desglosa el importe del sector comercio minorista, según las categorías de la convocatoria de las soluciones de computación en la nube, que refleja que el comercio minorista apuesta por el “Comercio Electrónico” como opción más demandada, seguida de la “Presencia en Internet” y la “Gestión del Negocio”.



MEDIDA 3.- PROMOVER LA APERTURA DEL CANAL *ON-LINE* EN EL COMERCIO. ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN Y AYUDAS PARA IMPULSAR LA ECONOMÍA DIGITAL.

OBJETIVO: ofrecer ayudas a las pymes y autónomos para potenciar su transformación digital.

Red.es desarrollará nuevos programas de fomento de la sociedad de la información en España, acordes con las necesidades de las pymes, para promover su transformación digital, tanto a través de agentes intermedios como mediante ayudas directas.

El nuevo enfoque de **Red.es** en economía digital tiene como objetivo **impulsar la transformación digital de las pymes españolas**, mediante la creación y potenciación de una serie de instrumentos que ayuden a las empresas a implantar soluciones para mejorar sus procesos, aumentar su eficiencia y competitividad y, al mismo tiempo, facilitar la internacionalización de sus productos o servicios, favoreciendo su modernización y la creación de empleo.

Entre ellos cabe destacar:

- **Asesores digitales y oficinas de transformación digital** que permitan impulsar el proceso de transformación digital de la empresa española a través del **asesoramiento y**

acompañamiento en los planes de implantación de las soluciones y servicios tecnológicos.

Se estima que se destinarán **15 millones de euros** en 2017.

- **Ayudas directas finalistas** a pymes, para la incorporación de soluciones TIC en su negocio. Contarán con un **presupuesto de 80 millones de euros** en el periodo actual hasta 2020.

MEDIDA 4.- RECONOCIMIENTO DE PROYECTOS INNOVADORES EN EL SECTOR.

OBJETIVO: reconocimiento de las iniciativas de éxito comercial y modernización empresarial.

Premios Nacionales de Comercio Interior.

Anualmente se realiza, por Orden del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, la convocatoria de los **Premios Nacionales de Comercio Interior** en sus tres modalidades:

- **Premio Nacional a Ayuntamientos**, sin dotación económica
- **Premio Nacional al Pequeño Comercio**, dotado con 4.000 euros
- **Premio Nacional a Centros Comerciales Abiertos**, dotado con 4.000 euros.

El objeto de los premios es distinguir la especial actuación de los ayuntamientos en materia de renovación urbana comercial en el centro de las ciudades; reconocer a los pequeños comercios que destaquen por su desarrollo comercial y modernización empresarial, mediante la implementación de soluciones tecnológicas y su digitalización; y galardonar el asociacionismo comercial para la creación y desarrollo de centros comerciales abiertos, o el impulso de los ya

existentes, mediante la potenciación de sus órganos gerenciales y la puesta en marcha de servicios tecnológicos a sus asociados.

La convocatoria fue publicada el 27 de marzo de 2017 estableciendo el plazo de presentación de candidaturas hasta el 28 de abril de 2017.

Premio Alimentos de España, Producción de la Pesca y de la Acuicultura.

El Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente convoca anualmente los **“Premios Alimentos de España”**, con los que se reconoce la labor desarrollada por los profesionales, entidades y empresas que participan en la cadena alimentaria, los trabajos de innovación e inversión tecnológica, las estrategias de comercialización nacional e internacional, así como acciones que favorezcan la difusión, conocimiento y promoción de nuestros alimentos y la gastronomía.

Sobre la base de la valoración del jurado y a las candidaturas presentadas, se conceden premios en varias modalidades, entre las que destaca el **premio a la “Producción de la Pesca y la Acuicultura”**, que tiene como objetivo el reconocimiento del trabajo de entidades, empresarios y profesionales que se han distinguido por producir, elaborar, comercializar y ofrecer al consumidor alimentos de calidad, con métodos y tecnologías avanzadas y respetuosas con el medio ambiente,

Podrán optar al premio los productos pesqueros capturados por embarcaciones que pertenezcan al censo de la flota pesquera operativa, las instalaciones acuícolas y las personas físicas o jurídicas que ejerzan su actividad comercializadora o transformadora, incluyendo así la participación del comercio minorista del sector de la pesca y la acuicultura.

Sello de Calidad para librerías.

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, a través de la Dirección General de Industrias Culturales y del Libro, de la Secretaría de Estado de Cultura, en colaboración con la Asociación de las Cámaras del Libro de España, han creado conjuntamente este Sello de Calidad para todo el territorio nacional, con el objetivo de **reconocer a las librerías por su excepcional trayectoria o gran calidad y relevancia cultural**, con los siguientes propósitos:

- Consolidar las librerías como espacios de encuentro, reflexión y discusión.
- Fomentar la diversidad del patrimonio bibliográfico mediante la protección de una red de librerías que ofrezca tanto los libros de rápida rotación como aquellos de fondo.
- Concienciar a la opinión pública acerca del papel imprescindible que desempeñan las librerías en sus comunidades.
- Mejorar la situación económica de las librerías de referencia.
- Estimular a las librerías para que asuman un compromiso de mejora permanente en su servicio a los lectores.
- Identificar y garantizar ante terceros que las librerías con sello de calidad cumplen con unos rigurosos estándares de calidad.

Actualmente cuentan con este sello de calidad 48 librerías repartidas por todo el territorio nacional.

MEDIDA 5.- AYUDAS A LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO DEL SECTOR DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA.

OBJETIVO: favorecer la competitividad, la sostenibilidad y la continuidad del sector de la pesca y de la acuicultura mediante el apoyo a la innovación.

La Secretaría General de Pesca ha elaborado el **Plan Estratégico de Innovación y Desarrollo Tecnológico 2014-2020**, en el que se establecen las prioridades de innovación en la pesca extractiva y la acuicultura, incluyendo la transformación y la comercialización de sus productos en establecimientos comerciales.

El objetivo principal del Plan es **aumentar la competitividad y garantizar el liderazgo de la pesca y la acuicultura española por medio de la innovación y el desarrollo tecnológico**, optimizando los recursos en el contexto de la Unión Europea y considerando los requerimientos económicos, sociales, ambientales y sanitarios al respecto.

En 2017, en el marco del Comité de Seguimiento del Plan Estratégico se va a proceder a la actualización del mismo, con la colaboración de la Plataforma Española de la Pesca y de la Acuicultura, a fin de incorporar las necesidades innovadoras y tecnológicas.

En el ámbito de la comercialización de productos pesqueros y acuícolas se trabajará para conseguir mejoras en las técnicas comerciales en los puntos de venta, mejorar la trazabilidad mediante soluciones tecnológicas, aumentar la formación para potenciar la innovación en la comercialización en este sector y promover el desarrollo e implantación de tecnologías eficientes que supongan un ahorro de energía.

MEDIDA 6.- GENERACION DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS EN EL COMERCIO MINORISTA.

Objetivo: desarrollos de *software* aplicable a negocios propios de la actividad comercial minorista o de las áreas comerciales.

A través de una **convocatoria de concurso de ideas** que aúnen **tecnología y actividad comercial**, aportando **soluciones tecnológicas innovadoras a la actividad empresarial del comercio minorista**. Se seleccionarán las propuestas reconocidas como óptimas.

Las soluciones han de ser incorporables en cualquiera de los procesos propios de la actividad comercial minorista: procesos internos (ordenación de *stocks*, uso de la información para fines promocionales, hábitos de compra) y procesos externos de compras que interrelacionen al comerciante con el consumidor incorporando nuevas tecnologías que mejoren la experiencia de compra.

El concurso estaría abierto para toda persona mayor de 18 años con residencia legal en España, así como las personas jurídicas, con domicilio fiscal en España:

- Profesionales y empresarios con experiencia en el sector de la actividad comercial.
- Estudiantes de grado de carreras de técnicas: informática, telecomunicaciones, ingeniería y excepcionalmente estudiantes de otras disciplinas universitarias.
- Expertos en *marketing* y comunicación.
- Desarrollador de *software*.

El Jurado seleccionará las mejores ideas. Estará formado por representantes de las principales asociaciones comerciales, universidades, agentes tecnológicos y de empresas y fundaciones

colaboradoras y patrocinadoras. Contará con el apoyo de la Secretaría de Estado de Comercio y la Federación Española de Municipios y Provincias

Las ideas seleccionadas servirán de base para fijar las innovaciones que se concretarán en su aplicación a empresas comerciales interesadas en incorporar las ideas a los procesos de compra-venta.

LÍNEA 2.- MODERNIZACIÓN DE CENTROS COMERCIALES ABIERTOS, MERCADOS MUNICIPALES Y ESTRUCTURAS COMERCIALES.

El pequeño comercio ejerce un importante papel económico y social, proporcionando servicios y bienes accesibles y cercanos a la ciudadanía; caracterizando los barrios y las ciudades y constituyendo, en muchos casos, una parte de su espacio histórico y de su patrimonio cultural. Según los últimos datos del Directorio Central de Empresas, a 1 de enero de 2016 existían 462.450 empresas de comercio minorista, suponiendo el 14,3% del total de empresas de la economía española. Los 576.211 establecimientos del comercio minorista representan el 15,8% del total de establecimientos.

Las distintas formas en las que el comercio se inserta y vertebra el tejido urbano dotan de singularidad, atractivo y vida a los espacios comerciales y al centro de las ciudades. La línea 2 del Plan Integral aborda las medidas orientadas a mejorar las estructuras comerciales, a crear un entorno favorable a los comercios y a mejorar los centros comerciales abiertos y los mercados municipales, con medidas como: estudios técnico-comerciales de mejora de mercados municipales, el programa para la mejora de la competitividad de los equipamientos comerciales en zonas de gran afluencia turística, las ayudas para la revalorización cultural y modernización de las librerías y las ayudas para el fomento de la actividad en el sector comercial y la mejora de la estructuras logísticas.

MEDIDA 7.- MEJORA DE MERCADOS MUNICIPALES.

OBJETIVO: modernización y mejora de los mercados municipales localizados en áreas comerciales urbanas, en colaboración con los ayuntamientos y Mercasa.

En el marco de la **encomienda de gestión suscrita por la Secretaría de Estado de Comercio a Mercasa**, esta realiza estudios técnicos-comerciales y de viabilidad económica de la modernización de mercados minoristas. En 2017 se llevará a cabo una encomienda de gestión para la realización de **estudios de mejora en mercados municipales**, que sirvan de base para la modernización de su estructura y funcionamiento.

MEDIDA 8.- MEJORA DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.

OBJETIVO: modernización de equipamientos y entornos comerciales localizados en zonas de gran afluencia turística.

Programa de mejora de la competitividad de los equipamientos comerciales en zonas de gran afluencia turística y municipios con libertad de apertura.

Programa para la **mejora de la competitividad de los equipamientos comerciales en zonas de gran afluencia turística (ZGAT) y municipios con libertad de apertura**. Se desarrollará a través de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, en el marco del convenio de colaboración suscrito entre la Secretaría de Estado de Comercio y la Cámara de Comercio de España en 2017.

Mediante convocatoria abierta, **dotada con 1.760.000 euros**, se apoyará la realización de proyectos destinados a la **modernización y revitalización comercial de entornos urbanos, por una parte y, por otra, en equipamientos comerciales**, ambos localizados en zonas de gran afluencia turística, y especialmente:

- Adopción de **acciones encaminadas a la modernización, incorporación de nuevas tecnologías y revitalización comercial de entornos urbanos** caracterizados por su elevada concentración de actividades comerciales minoristas.
- **Revitalización comercial de zonas tradicionalmente comerciales** que se encuentren en situación de especial deterioro como consecuencia de la disminución de la actividad comercial, con el objetivo de recuperar la misma e impulsar su modernización. Dicha intervención, que puede afectar a una o varias calles, deberá tener la capacidad de incidir y generar impactos positivos sobre otros ámbitos de la zona, de tal modo que la inversión, además, sea generadora de sinergias en estos ámbitos.
- **Proyectos de mejora y modernización de equipamientos comerciales e incorporación de nuevas tecnologías** en mercados de abastos, mercados municipales o galerías comerciales de titularidad municipal.

Ayuda para la revalorización cultural y modernización del sector del libro.

La Secretaría de Estado de Cultura, a través de la Dirección General de Industrias Culturales y del Libro, convoca **subvenciones para la revalorización cultural y la modernización de las librerías independientes** que tengan como actividad principal la venta de libros y dispongan de establecimiento físico, para la realización de proyectos con las siguientes finalidades:

- La **renovación tecnológica** mediante la creación o mejora de páginas *web* y otras herramientas o medios que permitan tanto una mejor relación entre la librería y el usuario, como una mayor difusión de la oferta de libros y del fondo editorial del establecimiento; o la ejecución de cualquier otro proyecto que mejore el acceso de los lectores a la oferta legal de contenidos digitales.

- La **ejecución de obras en el establecimiento** siempre y cuando supongan una clara mejora de su espacio cultural. Las obras deberán tener por finalidad mejorar la prestación del servicio, la accesibilidad del público lector a las instalaciones o adaptar la librería a los nuevos hábitos de compra y oferta de libros.

Cuenta con una **dotación de 120.000 euros** y se conceden ayudas desde 2.500 hasta 10.000 euros en función de la puntuación que reciba el proyecto.

MEDIDA 9.- AYUDAS PARA EL FOMENTO DE LA ACTIVIDAD EN EL SECTOR COMERCIAL Y CORRECCIÓN DE DESEQUILIBRIOS ECONÓMICOS INTERTERRITORIALES.

OBJETIVO: favorecer la actividad empresarial al objeto de reducir las diferencias económicas entre los territorios de España.

La Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos, a través de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda y Función Pública, contribuye al fomento de la actividad empresarial y el desarrollo de las regiones más desfavorecidas a través de la línea de ayudas regulada por la Ley 50/1985, de 27 de diciembre, de incentivos regionales, y el Real Decreto 899/2007, de 6 de julio, por el que se aprueba el reglamento de los incentivos regionales, de desarrollo de la Ley 50/1985, de 27 de diciembre.

El **régimen de incentivos regionales** se gestiona sobre la base de un principio de ventanilla continua no sujeta a convocatorias cerradas. Para acogerse al mismo, las empresas deberán presentar proyectos de inversión que sean viables técnica, económica y financieramente, disponer de un nivel de autofinanciación igual o superior al 25% y no haber iniciado la inversión con anterioridad a que el órgano competente haya realizado un análisis previo de elegibilidad.

Entre los sectores económicos objeto de ayuda figuran los que **mejoren significativamente las estructuras comerciales**, con carácter general, y en especial para las **Ciudades de Ceuta y Melilla**, los que mejoren significativamente la oferta y las estructuras comerciales, con la **creación de nuevos establecimientos que den origen al inicio de una actividad empresarial y creen nuevos puestos de trabajo**, o la ampliación de los mismos y su modernización tecnológica.

MEDIDA 10.- APOYO AL COMERCIO MINORISTA A TRAVÉS DEL DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE.

La Dirección General de Relaciones con las Comunidades Autónomas y Entes Locales, gestiona **79 Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado [EDUSI]**, de ayuntamientos o entidades supramunicipales, **por un importe de 480.499.735 euros**.

En el mes de mayo de 2017, se resolvió **la segunda convocatoria EDUSI** que, junto a la convocatoria anterior, **suman 1.013 millones de euros en el marco del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible FEDER 2014-2020**. La mayor parte de las EDUSI **incluyen programas de apoyo al comercio minorista encuadrables en:**

- **El objetivo temático 9 de ‘Regeneración física, económica y social del entorno urbano en áreas urbanas desfavorecidas’**, mediante la rehabilitación de tejido productivo y comercial, de mercados y comercios de barrio, viveros de empresas o centros de orientación a emprendedores; la habilitación de espacios abandonados destinados a personas que quieran abrir negocios y la posibilidad de destinar el 10% de los recursos a líneas de actuación propias de Fondo Social Europeo, entre las que se encuentran las de formación y orientación al empleo.
- **El objetivo temático 6 de ‘Conservar y proteger el Medio Ambiente y promover la eficiencia de los recursos’**, que establece entre sus prioridades de inversión la ‘Conservación,

protección, fomento y desarrollo del patrimonio natural y cultural' de las áreas urbanas, entre las que se encuentran las de interés turístico, lo que favorece el pequeño comercio.

LÍNEA 3.- APOYO ECONÓMICO Y FINANCIERO.

La Encuesta sobre préstamos bancarios en España (BDE, enero 2017) muestra que la demanda de fondos por parte de las pymes en el cuarto trimestre de 2016, tanto en los préstamos a corto plazo como en los de mayor vencimiento, continuaron avanzando.

Sigue teniendo gran importancia el apoyo económico y financiero de las administraciones públicas a las pymes, que complementa la oferta de las entidades privadas, ya que las pymes normalmente encuentran mayores dificultades de acceso a financiación externa que las empresas de mayor tamaño.

En esta línea del Plan Integral se integran tanto los mecanismos de liquidez para las comunidades autónomas y entidades locales, como las líneas de crédito ICO en las cuales la pyme del comercio acude para la obtención de préstamos para cubrir su necesidad de inversión o de liquidez, representando el sector del comercio el 13% de los préstamos concedidos en 2016, con un importe de 4.028 millones de euros en el periodo 2013-2016 en más de 100.000 operaciones y una inversión inducida de 4.876 millones de euros.

También se incluyen en esta línea ayudas para la rehabilitación de edificios, a la regeneración y renovación urbana, y económicas para la rehabilitación energética de edificios.

MEDIDA 11.- FONDOS DE FINANCIACIÓN DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y ENTIDADES LOCALES.

OBJETIVO: facilitar liquidez a las comunidades autónomas y a las entidades locales para el pago de facturas pendientes a proveedores.

El Real Decreto-ley 17/2014, de 26 de diciembre, de medidas de sostenibilidad financiera de las comunidades autónomas y entidades locales y otras de carácter económico, reorganiza y simplifica los mecanismos de liquidez existentes en dos fondos: el Fondo de Financiación a Comunidades Autónomas (FFCCAA) y el Fondo de Financiación a Entidades Locales (FFEELL); y amplía la cobertura para trasladar las mejores condiciones de financiación del Tesoro a las Administraciones Territoriales.

El Fondo de Financiación a Comunidades Autónomas tiene dos compartimentos principales, el Fondo de Liquidez Autonómico (FLA) y la Facilidad Financiera (FF), extinguiéndose el antiguo Fondo de Financiación a Proveedores de Comunidades Autónomas cuyo patrimonio pasa al FFCCAA. La adhesión por parte de las Comunidades Autónomas a ambos compartimentos es voluntaria. Las Comunidades Autónomas incumplidoras de objetivos de estabilidad o deuda pueden adherirse al Fondo de Liquidez Autonómico. En ese caso, para reconducir la situación de la Comunidad Autónoma, se establece una condicionalidad. Las Comunidades Autónomas que han cumplido los objetivos de estabilidad y deuda pueden adherirse a la Facilidad Financiera sin tener que adoptar condicionalidad fiscal. Estos Fondos cubren las necesidades de financiación de las Comunidades Autónomas adheridas, esto es, los vencimientos de deuda a largo plazo, las liquidaciones negativas correspondientes a la liquidación definitiva del sistema de financiación autonómico correspondiente a los años 2008 y 2009, el objetivo de déficit y las desviaciones del objetivo de déficit de años anteriores. La Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos ha asignado al FFCCAA hasta el tercer trimestre de 2017, 18.211,96

millones de euros de los cuales 3.526,42 millones de euros corresponden al tramo que financia el objetivo de déficit.

Los importes asignados al tramo déficit del Fondo de Liquidez Autonómico se desembolsan directamente por parte del Estado, a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO), en favor de los correspondientes proveedores de las comunidades autónomas cuyas facturas hayan sido certificadas por el interventor autonómico. Este procedimiento de pago directo al proveedor es una garantía para el cobro de las deudas pendientes de pago por parte de la administración. La financiación otorgada contribuye a mejorar el periodo medio de pago de las comunidades autónomas, especialmente para los proveedores de los servicios públicos fundamentales.

El **Fondo de Financiación a Entidades Locales** tiene dos compartimentos principales, el **Fondo de Ordenación (FO)** y el **Fondo de Impulso Económico (FIE)**, extinguiéndose el antiguo Fondo de Financiación a Proveedores de EELL cuyo patrimonio pasa al FFEELL. La Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos ha acordado la asignación para este año de **643,20 millones de euros al FFEELL** y ha fijado condiciones financieras especiales para un grupo de municipios en situación de riesgo financiero.

Concretamente, al compartimento del Fondo de Ordenación se asigna un importe máximo de 431,47 millones de euros para aquellas entidades locales que se encuentran en riesgo financiero por su elevado nivel de deuda o que no han podido refinanciar conforme a los criterios de la Secretaría General del Tesoro y Política Financiera.

Al compartimento del Fondo de Impulso Económico se asigna un importe máximo de 211,73 millones de euros para las entidades locales que hayan cumplido los objetivos de estabilidad presupuestaria y deuda pública y que presenten un periodo medio de pago que no supere en más de treinta días el plazo máximo previsto en la normativa sobre morosidad.

MEDIDA 12- LÍNEAS DE CRÉDITO ICO PARA PYMES.

OBJETIVO: facilitar el acceso al crédito a las pymes del sector comercio.

En 2017 el ICO ofrece varias líneas financieras con el objetivo de dar cobertura a las distintas necesidades de financiación de las empresas y autónomos; de ellas pueden tener acceso las empresas del sector del comercio las siguientes:

- **ICO empresas y emprendedores 2017:** facilita financiación a empresas, emprendedores y entidades públicas y privadas que realicen proyectos de inversión en el territorio nacional y para cubrir sus necesidades de liquidez.
- **ICO Garantía SGR/SAECA 2017:** pone a disposición de los autónomos y empresas que cuenten con el aval de una SGR o de SAECA, la financiación necesaria para realizar inversiones tanto dentro como fuera del territorio nacional y para cubrir necesidades de liquidez.
- **ICO Crédito Comercial 2017:** se facilita liquidez a las empresas con domicilio social en España mediante el anticipo del importe de las facturas procedentes de su actividad comercial dentro del territorio nacional a corto plazo , así como la liquidez necesaria para la etapa de fabricación de bienes o servicios que vayan a ser objeto de venta en el territorio nacional.
- **ICO Internacional 2017:** pone a disposición de los autónomos, empresas, emprendedores y entidades públicas y privadas la financiación necesaria para acometer sus inversiones fuera del territorio nacional y cubrir las necesidades de liquidez derivadas de su salida al exterior.

- **ICO Exportadores 2017:** se facilita las exportaciones de los autónomos y las empresas mediante el anticipo del importe de sus facturas correspondientes a ventas a corto plazo fuera del territorio nacional, y la financiación de la etapa de fabricación de bienes o servicios que van a ser objeto de exportación.

A lo largo del ejercicio 2017 se hará un seguimiento, en coordinación con el ICO, del alcance de los préstamos al sector minorista por comunidades autónomas.

Además, en el tercer cuatrimestre de 2017 está prevista la puesta en marcha de la **Línea “ICO-IDAE Eficiencia energética 2017-2018”**. Esta línea del ICO estará destinada a la financiación de actuaciones de mejora de la eficiencia energética en pymes (incluidas las de comercio) y grandes empresas, con un apartado especial para hostelería, sector estrechamente vinculado al comercio en las áreas comerciales urbanas. El IDAE otorgará avales por un importe de hasta 50 millones de euros, con cargo al Fondo Nacional de Eficiencia, para cubrir el 50% del riesgo de los préstamos concedidos con fondos del ICO. De estos 50 millones, 35 millones serían para la línea de PYME y gran empresa, y 15 para la de hostelería.

MEDIDA 13- AYUDAS PARA LA REHABILITACIÓN EDIFICATORIA Y ENERGÉTICA DE EDIFICIOS.

OBJETIVO: mejorar la calidad de la edificación y de los espacios públicos y reducir las emisiones de CO₂ y el consumo de energía final en los edificios residenciales o de otro uso.

Ayudas para la rehabilitación edificatoria y la regeneración y renovación urbana.

El Plan Estatal de fomento del alquiler de viviendas, la rehabilitación edificatoria, y la regeneración y renovación urbana engloba varios programas que incluyen la posibilidad de

mejora de los equipamientos comerciales que estén integrados en edificios y en cascos urbanos, su rehabilitación permitirá la dinamización de la actividad comercial, como son:

- **Programa de fomento de la rehabilitación edificatoria.** Este Programa permite subvencionar la ejecución de obras y trabajos de mantenimiento e intervención en las instalaciones fijas y equipamiento propio, así como en los elementos y espacios privativos comunes, de los edificios de tipología residencial colectiva, que cumplan unos determinados requisitos, **incluyendo una subvención por cada 100 m² de superficie útil de locales comerciales.**
- **Programa de fomento de la regeneración y renovación urbanas.** Tiene como objeto la financiación de la realización conjunta de obras de rehabilitación en edificios y viviendas, de urbanización o reurbanización de espacios públicos y, en su caso, de edificación en sustitución de edificios demolidos, dentro de ámbitos de actuación previamente delimitados por acuerdo de la Administración competente. Estas obras se realizarán con la finalidad de mejorar los tejidos residenciales, y recuperar funcionalmente conjuntos históricos, centros urbanos, barrios degradados y núcleos rurales.

Pueden subvencionarse por ejemplo obras de urbanización y reurbanización material de los espacios públicos (pavimentación, jardinería, infraestructuras, instalaciones, servicios de abastecimiento de agua, saneamiento, suministro energético, alumbrado, recogida, separación y gestión de residuos, telecomunicaciones y utilización del subsuelo); obras de mejora de la accesibilidad de los espacios públicos; obras destinadas a mejorar la eficiencia ambiental en materia de agua, energía, uso de materiales y gestión de residuos. **Todo ello redundará en una mejora del entorno comercial que repercutirá en la revitalización de la actividad en los ejes comerciales recuperados.**

- **Programa para el fomento de ciudades sostenibles y competitivas.** Su objeto es la financiación de la ejecución de proyectos de especial trascendencia, basados en las líneas estratégicas temáticas, entre las que se incluyen, por ejemplo: centros y cascos históricos (actuaciones predominantemente de regeneración en centros históricos urbanos y cascos rurales, incluyendo actuaciones de rehabilitación de edificios residenciales y otro uso que cuenten con algún grado de protección patrimonial, mejora del espacio público e impulso

de la cohesión social y la revitalización económica) Renovación de áreas funcionalmente obsoletas (actuaciones sobre tejidos con severas condiciones de obsolescencia funcional e inadecuación desde el punto de vista urbanístico y edificatorio, en los que se proponga su renovación funcional y recualificación con usos mixtos, que incluyan actividades económicas) o zonas turísticas (actuaciones de regeneración, esponjamiento y renovación urbanas en zonas turísticas con síntomas de obsolescencia o degradación, sobrecarga urbanística y ambiental o sobreexplotación de recursos y que planteen una mejora y reconversión de las mismas hacia un modelo turístico más sostenible, competitivo y de mayor calidad). **Estas actuaciones tendrán como resultado la revitalización, mejora y recuperación de áreas, incrementando la actividad comercial y la dinamización de las calles**

El Plan cuenta en 2017 con un **presupuesto de 328,3 millones de euros**. Esta cuantía se distribuye por comunidades autónomas conforme al siguiente cuadro:

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	IMPORTE DE LA PROPUESTA CUANTÍAS MÁXIMAS A ADQUIRIR (IMPORTE EN EUROS)
ANDALUCIA	59.265.180
ARAGON	13.170.040
ASTURIAS, P. de	11.437.140
BALEARES, ISLAS	5.822.550
CANARIAS	25.060.800
CANTABRIA	6.585.020
CASTILLA Y LEON	18.715.320
CASTILLA - LA MANCHA	13.863.200
CATALUÑA	50.254.100
EXTREMADURA	10.397.400
GALICIA	14.912.590
LA RIOJA	5.313.290
C. de MADRID	38.574.360
REGIÓN DE MURCIA	14.830.800

C. VALENCIANA	39.510.120
CIUDAD AUT. MELILLA	346.580
CIUDAD AUT. CEUTA	242.610
TOTAL	328.301.100

Ayudas para la Rehabilitación Energética de Edificios.

Con fecha 29 de noviembre de 2016, el Consejo de Administración del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), aprobó las bases de la **segunda convocatoria del Programa de ayudas para la rehabilitación energética de edificios existentes (PAREER-II)**, con el fin de dar continuidad a la promoción de actuaciones de reforma energética de todo tipo de edificios.

Las actuaciones elegibles son: reformas energéticas de edificios que consigan una **reducción de las emisiones de CO₂ y del consumo de energía final, mediante la mejora de la eficiencia energética**, que podrá obtenerse mediante la realización de una o varias de las siguientes medidas:

- Mejora de la eficiencia energética de la envolvente térmica.
- Mejora de la eficiencia energética de las instalaciones térmicas y de iluminación.
- Sustitución de energía convencional por energía solar térmica.
- Sustitución de energía convencional por energía geotérmica.

Podrán ser beneficiarios del programa:

- Los propietarios de edificios existentes destinados a cualquier uso, siempre que tengan personalidad jurídica de naturaleza privada o pública.

- Las comunidades de propietarios o las agrupaciones de comunidades de propietarios de edificios residenciales de uso vivienda, constituidas como propiedad horizontal.
- Los propietarios que de forma agrupada sean propietarios de edificios y no hubiesen otorgado el título constitutivo de propiedad horizontal.
- Las empresas explotadoras, arrendatarias o concesionarias de edificios.
- Las empresas de servicios energéticos.

Todas las tipologías y beneficiarios tendrán derecho a recibir una ayuda dineraria sin contraprestación, complementada con un préstamo reembolsable.

1.- **Ayuda dineraria sin contraprestación:** El importe de la ayuda directa a otorgar será la suma de la Ayuda Base y la Ayuda Adicional.

TIPOLOGÍAS DE ACTUACIÓN		MÁXIMO ENTREGA DINERARIA SIN CONTRAPRESTACIÓN (% s/ coste elegible)		MÁXIMO PRÉSTAMO REEMBOLSABLE (% s/ coste elegible)
		AYUDA BASE	AYUDA ADICIONAL POR CRITERIO SOCIAL, EFICIENCIA ENERGÉTICA O ACTUACIÓN INTEGRADA	
EFICIENCIA ENERGÉTICA	Tipo 1. Mejora de la eficiencia energética de la envolvente térmica	30%	En función del uso del edificio y de acuerdo a lo establecido en Anexo I, para el tipo de actuación. Hasta los límites de la normativa de ayudas de Estado o tasa de cofinanciación FEDER en la comunidad autónoma donde radique el proyecto, según el Anexo V.	60%
	Tipo 2. Mejora de la eficiencia energética de las instalaciones térmicas y de iluminación	20%		70%
ENERGÍAS RENOVABLES	Tipo 3. Sustitución de energía convencional por biomasa en las instalaciones térmicas	25%		65%
	Tipo 4. Sustitución de energía convencional por energía geotérmica en las instalaciones térmicas	30%		60%

2.- Los **préstamos reembolsables** tendrán las condiciones siguientes:

- Tipo de interés: Euribor + 0,0 %.
- Plazo máximo de amortización de los préstamos: 12 años, incluido un período de carencia opcional de 1 año.
- Garantías: Aval bancario, contrato de seguro de caución, o depósito en efectivo a favor del IDAE en la Caja General de Depósitos del Ministerio de Economía y Competitividad, por importe del 20% de la cuantía del préstamo.

La convocatoria cuenta con un presupuesto de 125.658.000 euros procedentes del Fondo Nacional de Eficiencia Energética. Las ayudas podrán ser objeto de cofinanciación con fondos FEDER del periodo 2014-2020, dentro del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible.

MEDIDA 14.-REAFIANZAMIENTO DE AVALES.

OBJETIVO: facilitar la financiación de las pymes y de los autónomos mediante reafianzamiento de avales.

A través de la Compañía Española de Reafianzamiento, S.M.E., S.A. (CERSA), sociedad instrumental de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, se ofrece el **reafianzamiento, o cobertura parcial del riesgo asumido por las Sociedades de Garantía Recíproca (SGR)** 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 reciente creación.

Además, el **Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades**, concede una subvención nominativa a CERSA de 75.000 euros para el desarrollo de un **Programa de apoyo a la**

financiación de las mujeres emprendedoras, en el que se subvencionan los gastos derivados de la comisión derivada del estudio realizado por las SGR de los proyectos empresariales de las mujeres emprendedoras y empresarias que hayan iniciado su actividad en los últimos tres ejercicios, hasta un límite de cincuenta mil euros (50.000 €) y con un límite por proyecto de 500 euros.

Se hará un seguimiento del uso de este instrumento de apoyo a las pymes en el sector del comercio.

MEDIDA 15.- LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN (ENISA).

OBJETIVO: fortalecer el emprendimiento mediante la financiación de proyectos empresariales innovadores de la pyme española.

El presupuesto 2017 con el que cuenta ENISA para préstamos asciende a **79,6 millones de euros** en las siguientes líneas:

1. LÍNEAS ENISA CREACIÓN:

Los proyectos de emprendimiento se suelen caracterizar por un periodo inicial, en el que los emprendedores estructuran su idea de negocio, elaboran el plan de empresa, validan la tecnología y conforman su equipo de trabajo. En esta fase inicial, debido a la escasa trayectoria empresarial y la ausencia de garantías reales, a los emprendedores les es muy difícil conseguir financiación bancaria tradicional. En este escenario, obtener financiación, tanto en recursos propios como ajenos, resulta fundamental para construir una estructura financiera equilibrada y asegurar el correcto funcionamiento y evolución de la empresa.

Para este segmento, ENISA ofrece dos líneas de financiación específicas: Jóvenes Emprendedores y Emprendedores:

Línea Jóvenes Emprendedores.

Su objetivo es dotar de los recursos financieros necesarios a pymes de reciente constitución, creadas por jóvenes, para que puedan acometer las inversiones que precisa el proyecto en su fase inicial. Las condiciones de la línea son las siguientes:

- Pyme de menos de 24 meses de constitución.
- Mayoría de capital ostentado por personas que no superen los 40 años.
- Aportación de fondos propios de, al menos, el 50 % del importe solicitado.
- Préstamo entre 25.000 euros y 75.000 euros.
- Vencimiento hasta 7 años.
- Carencia hasta 5 años.
- Intereses:
 - Primer tramo: euríbor+3,25 % de diferencial.
 - Segundo tramo: un interés variable en función de la rentabilidad financiera de la empresa, con un límite máximo establecido de acuerdo con el rating de la operación (rating A: 3,0 %, B: 4,5 % y C: 6,0 %).

Línea Emprendedores.

Busca apoyar financieramente en las primeras fases de vida a pymes promovidas por emprendedores, sin límite de edad, para que acometan las inversiones necesarias y lleven a cabo su proyecto.

- Pyme de menos de 24 meses de constitución.
- Aportación de fondos propios de, al menos, igual cuantía del importe solicitado.
- Préstamo entre 25.000 euros y 300.000 euros.
- Vencimiento hasta 7 años.
- Carencia hasta 5 años.

- Intereses:
 - Primer tramo: euríbor+3,75 % de diferencial.
 - Segundo tramo: un interés variable en función de la rentabilidad financiera de la empresa, con un límite máximo establecido de acuerdo con el rating de la operación (rating A: 3,0 %, B: 5,5 % y C: 8,0 %).

2. LÍNEA ENISA CRECIMIENTO

Cuando las empresas han conseguido el equilibrio, ajustando su tecnología y definiendo sus productos y servicios, y han comenzado con la obtención de ingresos recurrentes, se enfrentan a unos mercados globales y competitivos en los que la variable *dimensión* resulta estratégica. En este contexto, la línea de financiación específica de ENISA es la **Línea Crecimiento**, dirigida a financiar proyectos empresariales enfocados a la expansión y la mejora competitiva. Sus características son:

- Dirigida a pymes conforme a la definición de la Unión Europea y tener personalidad jurídica propia independiente de la de sus socios o partícipes.
- Importe del préstamo entre 25.000 euros y 1.500.000 euros.
- Nivel de fondos propios de, al menos, igual cuantía del importe solicitado.
- Cuentas depositadas en Registro Mercantil o Registro Público que proceda, del último ejercicio cerrado para préstamos aprobados de hasta 300.000 euros, y estados financieros auditados externamente del último ejercicio cerrado, para préstamos aprobados por importes superiores.
- Vencimiento hasta 9 años.
- Carencia hasta 7 años.
- Intereses:
 - Primer tramo euríbor+3,75 % de diferencial.
 - Segundo tramo: un interés variable en función de la rentabilidad financiera de la empresa, con un límite máximo establecido de acuerdo con el rating de la operación (rating A: 3,0 %, B: 5,5 % y C: 8,0 %).

LÍNEA 4.- PROMOCIÓN COMERCIAL.

La estrategia comercial en el comercio busca ejercer un efecto positivo sobre las ventas de los establecimientos, facilitando la dinamización de las áreas comerciales y favoreciendo la actividad y el elemento estructurador del comercio, fidelizando los clientes y mejorando la confianza del consumidor.

En 2016, la demanda interna continuó aumentando su aportación al crecimiento del PIB. En el año 2016, el gasto en consumo final de los hogares creció por tercer año consecutivo, con una tasa de crecimiento del 3,2%. El gasto en consumo final de los hogares tuvo tasas de crecimiento anual positivas durante todo el año 2014 (1,6%) y 2015 (2,8%), después de 3 años con tasas anuales negativas (desde el primer trimestre de 2011).

Las acciones que incentivan y apoyan las ventas del comercio están recogidas en esta línea 4, con medidas de dinamización en áreas comerciales, en mercados municipales y en el sector de la alimentación; acciones para promover el uso de medios de pago electrónicos y los incentivos para la renovación de vehículos.

MEDIDA 16.- CAMPAÑAS DE DINAMIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES ÁREAS COMERCIALES Y SECTORES COMERCIALES.

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

Esta medida se desarrolla a través de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España y las Cámaras de Comercio, en el marco del convenio de colaboración que se suscriba entre la Secretaría de Estado de Comercio y la Cámara de Comercio de España

en el ejercicio 2017 cuya dotación para actuaciones a través de las Cámaras de Comercio asciende a **4 millones de euros**.

El **Programa de Dinamización de Centros Comerciales Urbanos** tiene como objetivo la coordinación y el desarrollo de **acciones promocionales innovadoras** en la prestación de servicios y para incentivar el consumo y las ventas en los Centros Comerciales Urbanos, a través de acciones dirigidas a:

- Propuesta de un Plan estratégico para promover la competitividad e innovación del comercio.
- Ejecución de acciones promocionales innovadoras.
- Puesta en marcha de sistemas de evaluación de las acciones innovadoras desarrolladas en cada centro comercial urbano participante.
- Acciones de *marketing* digital enfocados al incremento de las ventas
- Sistemas de fidelización de clientes
- Desarrollo de aplicaciones móviles

Estas actuaciones se llevarán a cabo en colaboración con las asociaciones más representativas de interés para el sector o áreas comerciales y en coordinación con las comunidades autónomas y los ayuntamientos.

Las acciones desarrolladas en el marco de este programa deberán estar dirigidas a incentivar el consumo y la fidelización de los clientes locales y turistas en las áreas de actuación.

MEDIDA 17.-PROMOCIÓN DE MERCADOS MUNICIPALES Y PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN.

OBJETIVO: Promocionar los mercados municipales como modelos tradicionales de compra y potenciar su modernización y sus ventas.

Campañas de promoción de mercados.

Se trabaja en colaboración con Mercasa, las comunidades autónomas y los ayuntamientos en **campañas de promoción, con el principal objetivo de promocionar los productos y las compras en los mercados municipales**, como referentes del comercio tradicional, vinculados con nuevas formas de consumo que los hacen más atractivos.

Campaña de promoción *LOVE YOUR LOCAL MARKET*.

España está representada en la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM) desde hace más de 40 años a través de Mercasa y las 23 Mercas.

Este Unión Mundial organiza cada año, desde 2012, una campaña internacional de apoyo a los mercados municipales, bajo el eslogan ***“Love your local Markets” (“Me gusta mi Mercado”)***.

Esta campaña se concreta en una acción coordinada en más de 30 países de Europa, América y Asia, con la participación de más de 3.000 mercados, que a lo largo del mes de mayo de cada año realizan actividades de promoción de los mercados municipales, para poner en valor su función vertebradora del comercio de alimentación en las ciudades.

La Unión Mundial de Mercados Mayoristas y Minoristas propone un objetivo común de la campaña, que en 2017 se centra en promocionar los mercados municipales entre la población más joven, en este caso con el eslogan común **“Markets for the new generation” (“Mercados para las nuevas generaciones”)**. En España se va a ampliar este mensaje con el eslogan **“Mercados vivos. Ciudades sostenibles”**, poniendo en valor la importancia del comercio de calidad y proximidad, y su vinculación con la cultura comercial y alimentaria de España, dirigido igualmente de manera especial a la población más joven.

Durante el mes de mayo, la Secretaría de Estado de Comercio, a través de la Dirección General de Política Comercial y Competitividad, con la colaboración de Mercasa, divulgará la campaña y promoverá su participación entre todas las comunidades autónomas y los mercados municipales de toda España, así como entre los mercados mayoristas de la Red de Mercas.

Para ello, se facilitarán las imágenes y otros recursos gráficos disponibles, con el objetivo de que las integren en las acciones y materiales que hagan en cada caso.

El objetivo final es conseguir la máxima visibilidad posible de esta acción coordinada a nivel internacional, tanto en los propios mercados municipales y en el espacio urbano de las ciudades, así como en todo tipo de soportes con impacto en los consumidores, incluidas páginas *web*, redes sociales, etc.

Campañas de promoción de productos de alimentación.

La Secretaría General de Agricultura y Alimentación del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente lleva a cabo acciones promocionales destinadas a dar a conocer los beneficios del consumo de diferentes productos que componen la Dieta Mediterránea, intentando inculcar a los consumidores de todas las edades, hábitos saludables y el consumo de una dieta variada y equilibrada.

Para los años 2017-2019, se realizarán actuaciones promocionales de diferentes productos y prácticas alimentarias de sensibilización del consumo de la dieta mediterránea: "Cultura Mediterránea".

Los trabajos a desarrollar serán:

- Jornada de lanzamiento de la campaña "Cultura Mediterránea".
- Realización de 3 Carreras Populares.
- Realización de acciones temáticas de "Cultura y Gastronomía mediterránea".
- Acciones temáticas concretas (hasta 3) en las que se promocionarán productos relacionados con ella. Para cada temática, en la ciudad elegida, se llevará a cabo:
 - Acto en una plaza o espacio, dirigido al público en general.
 - Actos a realizar en 3 centros comerciales o mercados municipales, dirigidos al público infantil para difundir la Pirámide de la Dieta Mediterránea.
 - Un taller del gusto para medios locales de comunicación y bloggers.
 - Tres talleres de consumo responsable para el público generalista.
 - Tres talleres de cocina en *food-truck* en distintos espacios para el público generalista.
 - Sorteo entre medios locales y bloggers en redes sociales para dar difusión a la campaña.
- Autobús de la Dieta Mediterránea que durante 6 meses recorrerá distintas provincias de la geografía española.
- Concurso nacional *online* de recetas "mediterraneamos", destinado a estudiantes del sector de la hostelería y restauración a nivel nacional.
- Coordinación y gestión de *internet* y redes sociales de la campaña "Cultura Mediterránea"

El coste de la realización de estas acciones para el periodo 2017-2019 será de 1.636.693,59 euros.

MEDIDA 18- PROMOCIÓN DEL 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.

El **Observatorio de pagos con tarjeta electrónica** es un órgano colegiado que fue creado por Acuerdo de Consejo de Ministros, de 2 de junio de 2006, como un órgano consultivo, asesor, de coordinación y colaboración entre la Administración General del Estado y las organizaciones representativas del comercio, de las entidades financieras emisoras de tarjetas y de los consumidores y usuarios. Se encuentra adscrito al Ministerio de Economía, Industria y Competitividad a través de la Secretaría de Estado de Comercio y está integrado, además de por la Secretaría de Estado de Comercio y la Secretaría General del Tesoro y Política Financiera, por el Banco de España, el sector empresarial, los consumidores, los sistemas de medios de pago y asociaciones empresariales del sector.

En el marco de este Observatorio se hace un seguimiento, que es valorado muy positivamente por los integrantes del mismo, de la **aplicación de las tasas de intercambio y el grado de utilización de los medios de pago electrónicos y la promoción de su uso en los comercios y consumidores, así como la incorporación de nuevos sistemas de pago innovadores.**

La Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, reguló los **límites máximos de las tasas de intercambio exigibles en operaciones de pago con tarjeta.** Dicho límite máximo se fijó en el 0,2% del importe de la

operación para tarjetas de débito (con un máximo de 7 céntimos) y en el 0,3% para tarjetas de crédito. Para pagos que no excedan de 20 euros, los máximos son el 0,1% y el 0,2%, respectivamente. Estos límites no son de aplicación, entre otros, a las tarjetas de empresa ni a aquellas tarjetas que solo se pueden utilizar en una red limitada de comercios.

Dicha ley estableció también que **las entidades que actúen como proveedores de servicios de pago deberán informar al Banco de España de las tasas**, tanto de intercambio como de descuento, percibidas por los servicios de pago en operaciones con tarjeta. **Esta información es disponible en la página electrónica del Banco de España desde el segundo semestre del 2015, así como en la de cada entidad declarante.**

El Banco de España publica los datos de tasas de intercambio agregadas e individualizadas, por entidad, relativas a operaciones de tarjetas de particulares, conforme a la clasificación sectorial en nueve categorías:

- Supermercados: establecimientos dedicados a la alimentación no englobados dentro del grupo de grandes empresas de distribución.
- Grandes empresas de distribución.
- Gasolineras.
- Autopistas.
- Comercio minorista: comercios de pequeño formato y de cualquier naturaleza, incluyendo los de uso cotidiano (tales como droguerías, joyerías, zapaterías y regalos, entre otros), salvo que por su pequeño importe se tengan que clasificar como «Resto de las categorías».
- Hoteles: incluye hoteles y alojamientos similares.
- Restaurantes: incluye restaurantes, cafeterías, bares y establecimientos similares.
- Viajes y entretenimiento: comercios centrados en los viajes, el ocio y el entretenimiento, excepto los hoteles y restaurantes (tales como agencias de viajes,

transporte de viajeros, alquiler de vehículos, casinos, espectáculos, masajes, saunas y discotecas), salvo que por su pequeño importe se tengan que clasificar como «Resto de las categorías».

- Resto de las categorías: resto de las actividades comerciales no incluidas en las categorías anteriores (tales como las farmacias, las empresas que se dedican exclusivamente a la venta no presencial, los servicios públicos, las sociedades benéficas y sin ánimo de lucro y los servicios sanitarios), así como las actividades comerciales cuyos precios están condicionados por un determinado marco regulatorio (por ejemplo, transporte urbano, metro, cercanías, parkings, cabinas telefónicas, etc.) y que, en general, presentan un bajo importe medio en las compras con tarjeta de pago.

La publicidad de la *web* ofrece información remitida por entidades autorizadas para prestar servicios de pago en España. Los datos del Banco de España se publican por trimestres, afectando, no solo a las tasas medias y máximas de intercambio y de descuento aplicadas, sino también al número e importe total de operaciones de pago, así como al importe total de las tasas percibidas. Al publicitar cifras a nivel de entidades hay un claro aumento de información difundida.

Por parte de la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P. (SEGITTUR), se desarrollará un **sistema piloto de análisis y monitorización de los pagos con tarjeta electrónica y devoluciones del IVA a viajeros**, a partir de la información generado en el propio Observatorio de pagos con tarjeta electrónica, así como de la información proporcionada por el sistema DIVA desarrollado por la Agencia Estatal de Administración Tributaria, lo que facilitará noblamente la explotación y análisis de la información generada.

MEDIDA 19.- PROGRAMAS DE INCENTIVOS SECTORIALES. Plan de Impulso a la Movilidad con Vehículos de Energías Alternativas (Plan MOVEA 2017).

OBJETIVO: incentivar la demanda de forma selectiva en sectores estratégicos.

Tras la aprobación en junio de 2015 de la **Estrategia de Impulso del Vehículo con Energías Alternativas (VEA) en España 2014-2020**, liderada por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, se puso en marcha el **Plan de Impulso a la Movilidad con Vehículos de Energías Alternativas (MOVEA)** para el año 2016, como una medida que formaba parte de dicha Estrategia. El objeto de este plan era la unificación de los distintos programas y planes dirigidos a apoyar la adquisición de los vehículos más eficientes que se han desarrollado hasta el momento, al tiempo que ampliaba los vehículos objeto de apoyo.

El Plan MOVEA instrumenta la concesión de ayudas para la adquisición de vehículos eléctricos, de gas licuado del petróleo (GLP/Autogás), de gas natural comprimido (GNC) y licuado (GNL) y motocicletas eléctricas, así como la implantación de puntos de recarga para vehículos eléctricos en zonas de acceso público.

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

Para asegurar el correcto aprovechamiento del programa por todos los tipos de beneficiarios, cada uno de ellos tiene asignado su propio presupuesto, estando este dividido entre el destinado a las empresas públicas y fundaciones, comunidades autónomas, ayuntamientos, empresas privadas y particulares.

Debido al elevado coste que todavía tienen este tipo de vehículos a día de hoy respecto a los vehículos de tecnologías convencionales, así como a la elevada demanda generada por el Plan MOVEA 2016, en 2017 se continuará con este programa para promover la adquisición de vehículos de energías alternativas mediante la regulación de concesión directa de subvenciones. Su financiación se realizará con cargo al presupuesto, por importe total de **14.260.000 euros**, proveniente de la prórroga de los Presupuestos Generales del Estado de 2016 para el año 2017.

También se están modificando aspectos de tramitación para mejorar la gestión del Programa y, como novedad, se pretende incorporar a los vehículos de pila de combustible entre las tecnologías apoyadas.

LÍNEA 5.-APOYO AL EMPRENDEDOR.

La indudable importancia de la creación de empresas para la generación de empleo y el crecimiento económico, está ampliamente reconocida y, las distintas Administraciones Públicas han puesto en marcha numerosos mecanismos de apoyo al emprendedor.

Según el último informe de Global Entrepreneurship Monitor España 2015, la tasa de actividad emprendedora total de España volvió a crecer por segundo año consecutivo hasta alcanzar el 5,7%. Este informe también pone de manifiesto la diferencia entre la tasa actividad emprendedora de las mujeres y de los hombres; la distribución por sexo refleja que el 56,2% del TEA de España en 2015 está representado por hombres y el 43,8% por mujeres. De forma que el TEA masculino es del 6,4% y el femenino de 5,0%. El 6,1% de la población adulta española eran emprendedores potenciales que tenían la intención de crear una empresa en los próximos tres años, porcentaje inferior al del año 2014 (8% en 2014). El benchmarking realizado a partir de las valoraciones medias estimadas en el entorno español y de las economías europeas basadas en innovación, evidencia una serie de áreas de mejora en las condiciones del entorno para emprender en España, no obstante, de las doce condiciones analizadas, la que se encuentra relativamente bien posicionada son los “programas gubernamentales”.

En el anterior Plan la eliminación de trabas, la agilización de aperturas y la reducción de costes y cargas para la pyme se materializaba en medidas encaminadas a facilitar a las pymes su apertura a través del sistema de declaración responsable, lo que contribuyó a facilitar un importante saldo neto de actividades dadas de alta en el área de comercio y servicios.

La línea 5 del Plan Integral recoge las principales medidas puestas en marcha a nivel nacional con objeto de facilitar la creación de empresas del sector comercial a través de la reducción de cargas administrativas, la puesta a disposición de los emprendedores de información útil para el inicio y desarrollo de su actividad en relación con ayudas, incentivos o propiedad intelectual e industrial, así como ayudas para el apoyo al emprendimiento en TIC y economía digital.

MEDIDA 20.- APOYO PARA EL EMPRENDIMIENTO.

OBJETIVO: impulsar el emprendimiento en el sector comercial, el emprendimiento femenino, las pymes promovidas por mujeres en el ámbito rural y reducir las cargas administrativas a las empresas a la hora de cumplimentar sus trámites con la administración.

Emprende en 3.

Emprende en 3 es una iniciativa del Gobierno de España, con la colaboración de las comunidades autónomas y de la Federación Española de Municipios y Provincias (F.E.M.P), para **agilizar los trámites de creación de empresas y otras comunicaciones relacionadas con los emprendedores y las Administraciones Públicas en el ámbito local, mediante servicios de Administración Electrónica.**

Consiste en 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.

Las condiciones de uso de la plataforma se establecieron mediante Resolución de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas de 31 de mayo de 2013, publicada en el BOE del 4 de junio, y modificadas en la resolución de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas de 22 de enero de 2014.

En el marco de esta iniciativa, se ha trabajado con el objeto de que la declaración responsable tipo pueda utilizarse de modo telemático por cualquier ayuntamiento que se adhiera al proyecto Emprende en 3.

Por su parte, las entidades locales pueden adherirse a la Plataforma Tecnológica Emprende en 3 según lo aprueben sus órganos de gobierno, permitiendo, a partir de ese momento, la tramitación completa de la creación de empresas a través de este sistema en todas aquellas entidades locales integradas.

El procedimiento de adhesión se realiza de manera telemática, y supone un gran avance en cuanto a la dinamización e impulso del negocio en el municipio, pues favorece la creación de empresas de manera rápida y normalizada.

En este sentido, se ha procedido a conectar el sistema de tramitación telemática de creación de empresas del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (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, se inserte en el proceso telemático dentro del procedimiento mismo de creación de la empresa, para la actividades que estén incluidas en el ámbito de aplicación de la Ley 12/2012.

Actualmente hay adheridos a la plataforma 1.558 Ayuntamientos, lo que supone una cobertura de 27.112.134 habitantes (58,05% de la población total).

Portal Pyme.

La Dirección General de Industria y de la Pyme produce y gestiona este **portal web que contiene información de interés para las empresas y diversas herramientas interactivas:**

- Plan de Empresa.
- DAFO.
- Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras.
- Autodiagnóstico para la internacionalización.

- Base de datos de ayudas e incentivos para la PYME.

Esta herramienta es gratuita y permite a los usuarios almacenar sus consultas, recibiendo diariamente información en su correo electrónico sobre los temas de su interés.

Apoyo al emprendimiento en TIC y economía digital.

Red.es pondrá en marcha en el último trimestre de 2017 una **línea de ayudas dinerarias para el apoyo al emprendimiento en TIC y Economía Digital**, con objeto de ofrecer financiación a empresas de reciente creación, que dispongan de una plataforma o tecnología propia como palanca fundamental para su escalado. Contará con un presupuesto de **10 millones de euros**.

Programa de Apoyo al Emprendimiento Femenino (PAEM).

El Programa de Apoyo al Emprendimiento Femenino (PAEM), es una iniciativa del Gobierno de España, a través del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, que se lleva a cabo en colaboración con la Cámara de Comercio de España.

El Programa cuenta con una **red de puntos de apoyo técnico especializado** ubicados en 55 Cámaras de Comercio y en otros puntos de atención de la red. A través de una atención directa y personalizada se facilita información sobre oportunidades de autoempleo, legislación, trámites, direcciones de interés, así como asesoramiento especializado en gestión empresarial, planes de viabilidad, análisis de comercio interior y exterior, nuevas tecnologías.

A lo largo de los años el programa se ha ido mejorando con nuevos servicios. En la actualidad dispone de un **portal www.e-empresarias.net**, que ofrece los mismos servicios que se ofrecen de forma presencial, respondiendo a las consultas de forma personalizada en menos de 48 horas. Esta herramienta permite también realizar un autodiagnóstico básico para evaluar la

viabilidad de los proyectos empresariales, proporciona seminarios web, y da la posibilidad de participar en un foro de cooperación e intercambio de experiencias con otras mujeres.

El programa PAEM incluye un **servicio específico de apoyo a la financiación a través de microcréditos de hasta 25.000 euros sin avales**. Para incluir este servicio, el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad cuenta con un convenio de colaboración con MICROBANK, entidad que facilita a financiación a aquellos proyectos viables, que cuenten con un informe previo de la Cámara Oficial de Comercio de España. Además, las mujeres que tienen posibilidad de avales pueden aprovechar las condiciones ventajosas que algunas entidades financieras ofrecen a las Cámaras de Comercio.

Plan para la Promoción de las Mujeres del Medio Rural.

En el marco del Plan para la Promoción de las Mujeres del Medio Rural 2015-2018 elaborado por el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, se está desarrollando entre los años 2017-2018 el **programa “Desafío Mujer Rural”** (www.desafiomujerrural.es) destinado a fomentar la creación de pymes por mujeres que viven en el ámbito rural y pesquero, apoyar a las emprendedoras en las distintas fases de su proyecto, facilitar el acceso técnico y acceso a líneas de financiación y micro financiación, especialmente en sectores innovadores vinculados con las tecnologías y en relación con la comercialización. La dotación de este programa es de 889.887 euros.

Las principales acciones que contempla el programa para el periodo 2016-2018 son:

- **Estudio sobre el análisis y diagnóstico del emprendimiento rural y la situación y perfil de las emprendedoras** desde la perspectiva de género por sectores económicos, grupos de edad, análisis regional y nivel de estudios. Se identificarán buenas prácticas nacionales e internacionales, así como nuevas oportunidades de emprendimiento en el ámbito rural.

- **Concurso “Desafío Mujer Rural”** que busca promover el emprendimiento de mujeres en el medio rural para fomentar el autoempleo y la creación de nuevas empresas.
- **Portal de emprendimiento de la Mujer Rural** que incluirá una plataforma de comercio electrónico (tienda virtual) que permitirá a las emprendedoras del medio rural poder difundir y vender sus productos y servicios en el ámbito local, nacional e internacional, de una forma accesible para ellas. Este portal permitirá acceder a todos los programas y recursos específicos sobre emprendimiento ofrecidos a las mujeres.
- **Programas de formación y mentorización** en diferentes ámbitos relacionados con el emprendimiento como la innovación, los modelos de negocio, la digitalización, los fundamentos legales y financieros, la gestión comercial, etc. o metodologías específicas de lanzamiento de negocios como *Lean Start Up*
- **Programa de *coaching*** para acompañar y entrenar a mujeres del medio rural a mejorar sus capacidades de cara a realizar un plan personal que les permita desarrollarse profesionalmente.

El Plan para la Promoción de las Mujeres del Medio Rural 2015-2018 establece líneas de acción y medidas específicas que se han de desarrollar para fomentar la igualdad efectiva de mujeres y hombres en el ámbito rural, entre otros:

- Poner en marcha un programa de asesoramiento a emprendedoras, en particular en relación con la comercialización e internacionalización de sus productos.
- Poner en marcha una plataforma *on line* para facilitar la información, la creación de redes, las buenas prácticas y el impulso del comercio electrónico de productos.
- Desarrollar específicamente programas piloto de emprendimiento femenino rural.

- Desarrollar un programa específico para la incorporación a la actividad económica y el emprendimiento en el ámbito agrícola forestal y pesquero de mujeres jóvenes con formación universitaria.
- Impulsar la inserción laboral y el emprendimiento de las mujeres rurales, en particular jóvenes, mujeres con discapacidad y en riesgo de exclusión.

MEDIDA 21.- ACCIONES DE DIFUSIÓN DE LA OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS Y DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES Y DEL LIBRO.

Objetivo: impulsar y apoyar el desarrollo tecnológico y económico otorgando protección jurídica a las distintas modalidades de propiedad intelectual e industrial.

Actuaciones de difusión.

La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) lleva a cabo distintas actividades de información dirigida a los emprendedores mediante:

- La participación en **ferias con el objeto de informar sobre las diferentes modalidades de Propiedad industrial** que se tramitan en la OEPM y los diferentes servicios de atención al público que se ofertan desde el organismo. Especialmente relacionadas con la actividad comercial son las ferias de diseño, de calzado y moda (Futurmoda), del juguete y del sector de alimentación.
- Se presentan **libros y ponencias** con casos de éxito reales de empresas españolas que usan los distintos derechos de propiedad industrial en su día a día para la protección de su conocimiento aplicado a la actividad mercantil.

La Subdirección General de Propiedad Intelectual, de la Dirección General de Industrias Culturales y del Libro, gestiona la **campaña informativa “Cultura en positivo”**, que establece un sello que pueden utilizar las empresas e instituciones que se adhieran a la misma, y que permite a los usuarios de internet conocer que las páginas *web* de dichas empresas e instituciones ofrecen contenidos culturales digitales en condiciones de legalidad (respeto a los derechos de propiedad intelectual), calidad y seguridad. A día de hoy la campaña cuenta con más de 70 empresas que se han adherido, representativas de los sectores del cine, el arte, el libro digital, los videojuegos o la música.

Asimismo, la Subdirección General de Propiedad Intelectual dispone de un **Centro de Documentación en materia de propiedad intelectual** con servicio de préstamo de bibliografía, y presta un servicio de información respecto a consultas concretas de los ciudadanos a través de la *web* del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en <http://www.mecd.gob.es/contacte/contacteLoadSaveForm.do?layout=contactePI&tipoArea=3e9be824-a9c7-dd11-9bc2-005056aa416f&cache=init&language=es>, si bien debe tenerse en cuenta que el asesoramiento a particulares, colectivos y personas jurídicas no se encuentra dentro de su ámbito de competencias, y que la competencia para la interpretación y aplicación de la legislación en materia de propiedad intelectual corresponde exclusivamente a los jueces y tribunales, por lo que el contenido de tales respuestas tiene un carácter meramente informativo.

Proyecto CEVIPYME.

CEVIPYME es el centro de apoyo a la pyme en materia de gestión de propiedad industrial, intelectual e innovación; es una iniciativa de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, la OEPM, y la Cámara de Comercio de España. Su página *web* (<http://www.cevipyme.es>) ha recibido **más de 10.000 visitas por año** en los dos últimos ejercicios.

A través del proyecto CEVIPYME se pone a disposición del emprendedor una **página web gratuita con información y asistencia personalizada sobre las mejores opciones para la protección de la Propiedad Industrial, Intelectual e Innovación**, así como la manera más eficaz de gestionar y rentabilizar dicha propiedad una vez obtenidos y registrados los derechos correspondientes. Así mismo, proporciona información referente a financiación, ayudas o puesta en marcha de ideas de negocio.

Se intenta concienciar a la Pyme de la necesidad de proteger sus invenciones, marcas y diseños y aumentar así su capacidad de innovación.

MEDIDA 22.- ACCIONES LEGISLATIVAS DE APOYO A AUTÓNOMOS Y EMPRENDEDORES.

La Comisión de Empleo del Congreso aprobó en diciembre de 2016 la creación de la Subcomisión del Trabajo Autónomo, con el objeto de reformar y mejorar el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA).

A fecha de abril de 2017, se está tramitando en el Congreso de los Diputados la **Proposición de Ley de Reformas Urgentes del Trabajo Autónomo**, presentada por el grupo político Ciudadanos en noviembre de 2016.

Esta reforma pretende **reducir las cargas administrativas, facilitar el emprendimiento, clarificar su fiscalidad y avanzar en la equiparación de su protección social** frente a la que poseen los trabajadores por cuenta ajena.

La Proposición de Ley se articula en cuatro títulos.

- El Título I articula una batería de medidas dirigidas a reducir las cargas administrativas que soportan los trabajadores por cuenta propia o autónomos, incluyéndose aspectos tales como la modulación de los recargos por el ingreso fuera de plazo de las cuotas a la

Seguridad Social de los trabajadores autónomos y la modificación del sistema de altas y bajas a la Seguridad Social de los trabajadores autónomos.

- El Título II establece la ampliación de la cuota reducida de 50 euros para los nuevos autónomos, en paralelo a una extensión del resto de bonificaciones previstas para el fomento y promoción del trabajo autónomo.
- El Título III desarrolla una serie de medidas para favorecer la conciliación entre la vida laboral y familiar de los trabajadores autónomos, con el fin de equiparar la protección social de los autónomos con aquella de la que disfrutaban los trabajadores por cuenta ajena.
- El Título IV se dedica a aspectos fiscales, con el objeto de clarificar la deducibilidad de los gastos en los que incurren los autónomos en el ejercicio de su actividad; tema cuya competencia corresponde al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

La Dirección General Trabajo Autónomo, de la Economía Social y de la Responsabilidad Social de las Empresas, de la Secretaría de Estado de Empleo, trabaja en la actualidad en la citada reforma normativa.

Esta reforma normativa pretende dar respuesta a las reivindicaciones recurrentes de los trabajadores autónomos y de las asociaciones profesionales que los representan y continúa con la línea del Gobierno de apuesta por el emprendimiento.

El Gobierno, contando con el más amplio consenso posible y con la estrecha colaboración entre la Administración General del Estado y las diversas asociaciones de trabajadores autónomos, seguirá apostando por los trabajadores autónomos y seguirá trabajando en la resolución de los problemas a los que se enfrentan, adoptando medidas positivas para fomentar el autoempleo de calidad; todo ello, como muestra del compromiso y la convicción del Gobierno, que cabe resumir en estas palabras de la Ministra de Empleo y Seguridad Social: “Apoyar el emprendimiento es apoyar el crecimiento; es apoyar la creación de empleo y es apoyar la sostenibilidad de nuestro sistema de protección social”.

MEDIDA 23.- DETERMINACIÓN DE BUENAS Y MALAS PRÁCTICAS EN EL ÁMBITO DE LA UNIDAD DE MERCADO.

El Ministerio de Presidencia y para las Administraciones Territoriales presidió la segunda reunión del Consejo para la Unidad de Mercado (órgano de cooperación administrativa para el seguimiento de la aplicación de la Ley 20/2013, de 9 de noviembre, de Garantía de la Unidad de Mercado; en adelante, LGUM), que tuvo lugar el 22 de febrero de 2017, y en la que también participaron la Secretaría de Estado para las Administraciones Territoriales y el Secretario de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa, las comunidades autónomas y las ciudades con estatuto de autonomía y las entidades locales.

En la citada reunión se aprobó **la Guía y el Código de buenas y malas prácticas para la aplicación de la LGUM** (elaboradas por la Secretaría del Consejo, dependiente de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa), cuyo objetivo es facilitar la aplicación de la normativa, proporcionar seguridad jurídica y facilitar la identificación de los obstáculos y barreras de la actividad económica que puedan ser contrarios a la LGUM.

LÍNEA 6.- COMERCIO Y TURISMO.

En 2016, el turismo en España ha vuelto a batir un record histórico, con la llegada de más de 75,6 millones de turistas extranjeros, lo que supuso un aumento del 10,3% sobre 2015. En los siete primeros meses de 2017, España recibió la visita de casi 46,9 millones de turistas internacionales, un 11,3% más que en el mismo periodo de 2016.

En relación con el gasto total realizado por los no residentes, en 2016 ascendió a 77.625 millones de euros, un 9,0% más que en el mismo periodo de 2015.

Hasta el mes de junio de 2017, el gasto total realizado por los turistas internacionales que visitan España alcanza los 37.217 millones de euros, lo que supone un incremento del 14,8% respecto al mismo periodo del año 2016.

El gasto turístico también se puede medir a través de las operaciones de compra y retirada de efectivo con tarjetas extranjeras, en terminales y cajeros de España, adheridos a los sistemas de medios de pago (Sistema 4B, S.A, Sistema Euro 6000 y ServiRed Sociedad Española de Medios de Pago S.A). En el año 2016 se han producido en España más de 323 millones de operaciones con tarjetas extranjeras, por un importe de 29.208,2 millones de euros.

El peso de las compras dentro de las operaciones realizadas se mantiene como en 2015: en el año 2017 las compras suponen el 86,5% de las operaciones, frente al 13,5% de disposición de efectivo. En el año 2016, solo en compras se han producido más de 280 millones de operaciones, por un importe de 22.032,5 millones de euros.

La línea 6 del Plan Integral de Apoyo recoge las medidas orientadas a fomentar el turismo de compras en el exterior y a mejorar los servicios que puedan potenciar la imagen de España como destino turístico de compras.

MEDIDA 24.- POTENCIACIÓN DE ESPAÑA COMO DESTINO DE TURISMO DE COMPRAS EN EL EXTERIOR.

OBJETIVO: 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 e incrementar el gasto en compras de los turistas para los que esta actividad es complementaria o secundaria en su experiencia viajera.

Promoción del turismo de compras.

Durante el año 2017 Turespaña ha planificado **227 actividades para la promoción del turismo de compras**, con un **presupuesto total de más de 1.220.161 euros** y ponderado de 241.458 euros, en las siguientes líneas de actuación.

Actuaciones dirigidas a incrementar la notoriedad y mejorar el posicionamiento, mediante:

1. **Acciones con medios de comunicación en los mercados emisores.** Se han planificado 47 acciones en esta línea, con una inversión total por un importe de 110.591 euros.
2. **Acciones dirigidas específicamente al consumidor.** Se han planificado 19 acciones dirigidas principalmente al consumidor final, con una inversión total, por parte de Turespaña, 66.048 euros. Entre estas actuaciones se encuentran **10 campañas locales, 4 presentaciones y promociones al público.**

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

1. **Actuaciones dirigidas al sector profesional de viajes.** Para 2017 se han programado un total de 129 actuaciones dirigidas al sector:
 - Se van a llevar a cabo **42 presentaciones a agentes** con un coste total de 110.288 euros por parte de Turespaña.
 - Organización de **viajes de agentes especializados** para mostrar la oferta. Se ha previsto la realización de **40 viajes** de agentes con un presupuesto total de 192.413 euros por parte de Turespaña.
 - Realización de **jornadas directas o inversas centradas en el producto compras y/o lujo**. En 2017 se ha previsto la celebración de las siguientes jornadas:
 - Jornadas Inversas en China (abril). Vacacional y compras.
 - Jornadas Directas en India (octubre). Reuniones y lujo.
 - Jornadas Directas en México (noviembre). Premium y compras.
2. Turespaña participará en **5 ferias con un componente o presencia destacada de la oferta de turismo de compras**:
 - Travel Week en Sao Paulo, en abril.
 - ILTM Asia en Shanghai, en junio.
 - JATA Tourism Expo Japan en Tokio en septiembre.
 - CITM-China International Travel Market, en octubre.
 - ILTM París, en diciembre.

Puesta en marcha de acciones singulares: se colabora con **Fitur Shopping** (FITUR 2017) en su tercera edición, se ha invitado a diferentes agentes de viaje procedentes de mercados lejanos.

En el siguiente cuadro se refleja el presupuesto destinado a cada acción con la dotación específica destinada a turismo de compras.

ACCIONES		IMPORTE APROBADO	IMPORTE PONDERADO
Acciones a público final	19	66.048 €	11.186 €
Acciones con agentes de viajes y/o empresas	129	379.618 €	74.245 €
Acciones con medios de comunicación	47	110.591 €	19.875 €
Acciones <i>on-line</i> /Marketing directo	18	131.180 €	28.987 €
Adquisición de estudios y estadísticas	1	260 €	78 €
Comunicación	1	7.637 €	1.146 €
Conferencias/Seminarios	2	596 €	119 €
Información/Distribución de material turístico	1	1.475 €	369 €
Participación en ferias	6	469.602 €	97.547 €
Relación de estudios	3	53.154 €	7.906 €
TOTAL GENERAL	227	1.220.161 €	241.458 €

Procedimiento de devolución del IVA a Viajeros (DIVA).

DIVA es un proyecto de digitalización del sellado de las facturas para la devolución del IVA a viajeros, que se ha desarrollado por la Agencia Estatal de Administración Tributaria, a través de la Dirección General del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.

El sistema se basa en el envío telemático, a la Agencia Tributaria, de las facturas correspondientes a las ventas *tax free* realizadas por los comercios. Los turistas residentes fuera de la Unión Europea pueden realizar la validación electrónica de sus facturas en los terminales situados en todos los puertos y aeropuertos españoles desde los que es posible abandonar el territorio de la Unión con destino a terceros países. Únicamente cuando, con arreglo al sistema de análisis de riesgo, sea preciso el control, se efectuará una intervención manual de la aduana.

Los objetivos para 2017 en el marco de este proyecto son:

- **Generalizar el sistema**, haciendo especial esfuerzo en la adaptación de los pequeños y medianos comercios, de tal manera que la venta internacional del negocio *tax free* sea accesible para todo el entramado comercial de nuestro país, mejorando así u productividad.
- Promover los **desarrollos normativos necesarios para imponer la digitalización de la factura**, anulando así las ineficiencias que genera la coexistencia de un proceso manual y uno electrónico.

Análisis del marco regulatorio de las tiendas libres de impuestos .

La Agencia Tributaria, a través la Dirección General del Departamento de Aduana e Impuestos Especiales, estudiará durante 2017 las tiendas libres de impuestos ubicadas en los puertos y aeropuertos españoles, buscando las posibles **medidas de mejora de la eficiencia en los procesos de sus ventas exentas**.

Agilización concesión de visados.

La Dirección General de Españoles en el Exterior y de Asuntos Consulares y Migratorios del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación trabaja en **agilizar la concesión de visados turísticos principalmente en los mercados emergentes** como Rusia, Ucrania, China, Turquía e India.

Estos países tienen una capacidad de crecimiento futuro muy notable, debido, entre otros factores, a la favorable evolución de su situación económica y a la consolidación o el crecimiento de estratos sociales que acceden al consumo turístico. Ello, unido a un incremento

de las conexiones aéreas y a una intensificación de las acciones promocionales realizadas en esos países, han determinado un crecimiento sostenido de su demanda de viajes hacia España y, por consiguiente, un incremento del número de solicitudes de visados.

La Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, modificada por la Ley 25/2015, de 28 de julio, de mecanismo de segunda oportunidad, reducción de la carga financiera y otras medidas de orden social, regula, en su Sección 2.a) - «Movilidad internacional» determinados supuestos en los que, por razones de interés económico, se facilita y agiliza la concesión de visados y autorizaciones de residencia, al objeto de atraer inversión y talento a España.

La medida se dirige a los inversores, emprendedores, trabajadores que efectúen movimientos intraempresariales, profesionales altamente cualificados e investigadores, así como a los cónyuges e hijos mayores, a través de un procedimiento ágil y rápido ante una única autoridad, y por un plazo variable en función de los distintos casos contemplados.

Rutas en portales.

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

Destacan las Rutas de gastronomía del portal www.foodswinesfromspain.com, en inglés, que ofrece información a los visitantes sobre gastronomía, alimentos y vinos españoles.

Existe un canal específico “SHOP, TRAVEL & DINE”, que se actualiza periódicamente, donde se ofrecen rutas de mercados, tiendas, festivales gastronómicos, restaurantes y bares de las diferentes Comunidades Autónomas. El portal recibe una media de 28.000 visitas mensuales con más de 115.000 páginas vistas, siendo EE.UU. el que aporta mayor número de visitas (27%), seguido de España (19%), Reino Unido (15%) y Canadá (4%)

La red de embajadas y misiones diplomáticas en el exterior en coordinación con las Oficinas Económicas y Comerciales apoya la labor del ICEX, en la difusión de esta información.

LÍNEA 7.-SEGURIDAD.

La línea 7 del Plan Integral recoge las medidas dirigidas a mejorar las condiciones de seguridad de los establecimientos comerciales y de los productos, propiciando un clima de seguridad y una experiencia de compra gratificante, fortalecidas por la proximidad y la comunicación permanente entre los comerciantes y los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado.

Por otra parte se incorporan las medidas puestas en marcha por la oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) para proteger la propiedad industrial frente a las falsificaciones y de la Oficina de Recuperación y Gestión de Activos (ORGA) para mejorar la eficacia de la lucha contra la delincuencia económica.

MEDIDA 25.- PLANES PARA LA MEJORA DE LA SEGURIDAD EN EL COMERCIO.

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.

Guía de Comercio Seguro.

Difusión de consejos de seguridad preventivos mediante la **guía práctica de seguridad y el tríptico de comercio seguro** a través de los canales de comunicación de la Dirección General de Política Comercial y Competitividad, de los Delegados de Participación Ciudadana y otros de la Policía Nacional y de las asociaciones de comerciantes, con una nueva edición que introduzca mejoras y nuevos consejos.

Plan para la mejora de la seguridad en el sector del comercio de la Policía Nacional.

Las acciones previstas para 2017 se centran en mantener y, en la medida de lo posible, **incrementar la acción preventiva que se realiza por las Delegaciones de Participación Ciudadana y las Brigadas y áreas de Seguridad Ciudadana de la Policía Nacional**, tratando de extender a la mayor parte posible del tejido comercial español, la información y los recursos disponibles en el mismo, con la finalidad principal de proporcionar un entorno más seguro a los comerciantes. A esos efectos, se potenciarán y reforzarán a nivel central las relaciones existentes con las distintas asociaciones del sector (CEC, AECOC...).

La Resolución de la Dirección General de la Policía, de fecha 24 de julio de 2013, por la que se aprueba el Plan Comercio Seguro, contempla la vigencia del mismo hasta finales de 2016. Dada la gran aceptación que ha tenido por parte del colectivo al que va destinado, y el aumento continuo de las actuaciones informativas y preventivas llevadas a cabo por la estructura de Participación Ciudadana, se considera conveniente prorrogar y renovar el **Plan de Comercio Seguro**, creándose, para ello, una comisión de trabajo, en la que estén representados todos los actores implicados, con objeto de analizar mejoras y nuevas acciones en esta materia.

Se ha producido un incremento del interés, por parte de los comerciantes y asociaciones del sector, por el acuerdo con la Policía Nacional para poder exhibir el **cartel disuasorio preventivo con el logotipo de la Policía nacional** y la indicación de que: *“Todos los hurtos y robos detectados en este establecimiento serán denunciados”*. Se trabaja para realizar su extensión de forma ordenada y progresiva, ya que para el éxito de la medida, debe existir cierta coherencia entre lo que el cartel disuasorio anuncia y la política real del establecimiento donde se exhibe con respecto a la interposición de denuncias en caso de ser víctima de hurto u otras infracciones.

Por parte de la Unidad Central de Seguridad Privada de la Policía Nacional, como especialista en la materia, se sigue afianzando el **proyecto de colaboración Red Azul** con el sector del comercio y empresas de seguridad privada.

Por otra parte, cada Jefatura Superior de Policía establecerá el dispositivo policial operativo que se determine, teniendo en cuenta las fechas en las que tradicionalmente se realizan mayor número de transacciones comerciales, tales como periodos estivales, Semana Santa, Navidad, rebajas, etc.,

Plan para la mejora de la seguridad en el comercio de la Guardia Civil.

Las principales acciones que están previstas para su desarrollo en 2017 por la Guardia Civil son:

- Constitución de **planes específicos por tipos de establecimientos y/o zonas geográficas**, para dar una respuesta más adecuada a las problemáticas concretas.
- Aumento de la coordinación con los responsables de seguridad privada implicados en la vigilancia y control de establecimientos comerciales y empresas suministradoras. A tal fin, se reforzarán los canales de comunicación establecidos, a través de los programas Coopera, favoreciendo un contacto de carácter fluido y permanente. Se llevarán a cabo actuaciones para integrar funcionalmente los medios y capacidades de la seguridad privada en los planes operativos de las Unidades de la Guardia Civil asignándoles funciones y cometidos concretos y estableciendo protocolos de actuación en los que participen. En tales casos, en los establecimientos implicados será visible un cartel con el texto: *“El personal de seguridad privada de este establecimiento goza de la protección jurídica de agente de la autoridad en los términos del artículo 31 de la Ley 4/2014, de 4 de abril, de Seguridad Privada”*.
- Mayor difusión del Plan entre la sociedad en general y en particular en el sector. A tal fin, se confeccionará y distribuirá **materias divulgativo del Plan** (folletos, carteles y vídeos informativos), para su difusión entre los comerciantes y usuarios.
- Ahondar en la puesta en marcha de la tercera Fase del Proyecto para la **implementación de la denuncia electrónica** en la Guardia Civil, así como sobre la posibilidad de

presentación de denuncias "*in situ*" por vías alternativas y asegurar la citación de los autores para juicio rápido, con la finalidad de evitar el desplazamiento del denunciante al acuartelamiento.

- Establecer **procedimientos de actuación conjunta con Cuerpos de Policía Local** de aquellas localidades donde se concentran grandes superficies comerciales, así como con aquellas otras donde existan zonas urbanas de gran concentración de comercios, con el fin de reducir en lo posible la comisión de hechos delictivos.
- **Participación en los distintos foros de la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC), Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y de la Asociación de Empresas Franquiciadoras (AEF)**, donde se plantean cuestiones sobre la seguridad que afecta al sector comercial.
- En el ámbito de los delitos socioeconómicos, solicitar la colaboración de los representantes de las empresas para **formar a los componentes del Cuerpo en la correcta identificación de los productos lícitos**.
- Facilitar al sector comercial información sobre la gestión de objetos por parte de la Guardia Civil para facilitar la denuncia de los dañados o sustraídos y su señalamiento en la Base de Datos de Señalamientos Nacionales (BDSN).

MEDIDA 26.- SEGURIDAD DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

OBJETIVO: proteger la propiedad industrial frente a las falsificaciones

La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) impulsa y apoya el desarrollo tecnológico y económico otorgando protección jurídica a las distintas modalidades de propiedad industrial y,

asimismo, difunde información relativa a las diferentes formas de protección de la propiedad industrial y contra las falsificaciones, a través de:

- Elaboración y publicación de contenidos en la **página web de la OEPM: stop-falsificaciones.es**.
- Difusión de la **guía ¿Qué es una falsificación?**, realizada en colaboración con ANDEMA, Asociación nacional para la defensa de la marca, contiene información práctica para facilitar la comprensión de lo que son las falsificaciones y las medidas que se pueden tomar para combatirlas.
- Celebración del **día mundial Anti falsificación** en la que se busca concienciar sobre la importancia de la propiedad industrial y los graves riesgos y perjuicios que conlleva el fenómeno de las falsificaciones, así como de la importancia de la cooperación entre instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, para su erradicación. Se acompaña de una jornada lúdica, abierta al público, denominada “Marcathlon”, en la que, de una manera lúdica, educativa y deportiva se concientia de la importancia de la propiedad industrial en la vida cotidiana con actividades para menores y adultos.

MEDIDA 27.- RECUPERACIÓN Y GESTIÓN DE BIENES PROCEDENTES DE ACTIVIDADES DELICTIVAS.

OBJETIVO: mejorar la eficacia en la lucha contra la delincuencia económica.

La **Oficina de Recuperación y Gestión de Activos (ORGA)** es un órgano de la Administración General del Estado y auxiliar de la Administración de Justicia, al que corresponden las competencias de localización, recuperación, conservación, administración y realización de los efectos, bienes, instrumentos y ganancias procedentes de actividades delictivas cometidas en

el marco de una organización criminal y de cualesquiera otras que se le atribuyan, en los términos previstos en la legislación penal y procesal.

Su finalidad es **establecer un sistema eficaz para localizar y administrar los activos de origen delictivo** con el respaldo de la estructura institucional y los recursos financieros, técnicos y humanos necesarios, que facilite a los órganos judiciales la labor de embargar y decomisar bienes en el marco del procedimiento penal. Todo ello en aras a que el patrimonio ilícito obtenido como consecuencia del delito no queden en manos del condenado y revierta en beneficio de la sociedad, especialmente en los casos de corrupción, en los que el Estado debe velar para que ningún delito quede impune y que el perjuicio causado sea reparado hasta sus últimas consecuencias destinándose una parte a financiar proyectos de apoyo a víctimas y de lucha contra la criminalidad organizada.

La Disposición adicional sexta de la Ley de Enjuiciamiento Criminal (LCRIM) estipula que cuando sea necesario para el desempeño de sus funciones y realización de sus fines, la Oficina de Recuperación y Gestión de Activos (ORGA) podrá recabar la colaboración de entidades públicas y privadas. De esta manera, al ser la lucha contra la criminalidad una materia transversal, la ORGA se configura como un órgano cuya actuación va a apoyarse en las sinergias ya existentes de otros Departamentos, organismos e instituciones. Por ello, dada la diversidad de actuaciones en las que la ORGA puede precisar el asesoramiento y colaboración de instituciones expertas, se ha impulsado la formalización de convenios y acuerdos de colaboración con otros ministerios, organismos e instituciones en los que se fijan los ámbitos de la cooperación.

Por parte de otros organismos e instituciones, la colaboración con la ORGA se está articulando, al amparo de la previsión legal establecida en la citada Disposición adicional sexta de la LCRIM, a través del traslado de las necesidades concretas que sean precisas para el cumplimiento de las encomiendas de localización de activos y gestión de bienes efectuadas a esta Oficina por los órganos judiciales y las fiscalías. Dichas necesidades se ajustarán al ámbito competencial y a la disponibilidad de medios de cada una de estas instituciones. Este es el caso de la Secretaría de Estado de Comercio, que en la actualidad está colaborando con la ORGA a través de la

Dirección General de Política Comercial y Competitividad para que dentro de sus competencias auxilie en la encomienda concreta que haga el órgano judicial a la Oficina, especialmente en el ámbito de la realización de bienes, facilitando la difusión de su labor, en concreto, de las **subastas de bienes embargados o decomisados en todo el sector comercial** a través de los medios y entidades y organizaciones representativas. Esta colaboración permitirá, por una parte, dar mayor difusión a estas subastas, y por tanto ampliar el número potencial de posibles personas físicas o jurídicas interesadas, lo que facilitará la venta de los bienes y que el destino final del producto se destine al resarcimiento de las víctimas del proceso y a los proyectos sociales antes señalados y, por otra parte, supone un oportunidad para el sector comercial que puede estar interesado en adquirir los bienes que se subastan en condiciones económicamente interesantes.

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

El comercio minorista es un ámbito especialmente dinamizador de la actividad económica y del empleo; por ello en los últimos años la legislación ha estado orientada a la reducción de las cargas administrativas y trabas que dificultaban la iniciativa empresarial en el sector del comercio, permitiendo un régimen más flexible de aperturas, con el objetivo de dinamizar el sector potenciando la competencia y la estructura productiva de la distribución minorista en España.

En la línea 8 del Plan Integral se recogen la evaluación de las medidas adoptadas en este ámbito.

MEDIDA 28.- SEGUIMIENTO MEDIDAS LEGISLATIVAS.

OBJETIVO: facilitar la actividad económica y el desarrollo de la iniciativa empresarial en el ámbito del comercio, mejorar la productividad y la eficiencia en la distribución comercial minorista.

El 25 de mayo de 2012, el Gobierno aprobó el Real Decreto-ley 19/2012 que fue convalidado por la Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios. Ha sido modificado en dos ocasiones para ampliar los umbrales a 500 y posteriormente a 750 m², se sustituyen por declaraciones responsables o comunicaciones previas las licencias municipales de apertura, instalación, funcionamiento, actividad, obras de acondicionamiento y todas aquéllas similares, que hasta ahora habían de obtenerse con carácter previo al inicio de la actividad para determinadas actividades comerciales y de servicios.

Desde la Dirección General de Política Comercial y Competitividad, se hace un seguimiento, en base a los datos aportados por la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) sobre saldos de altas y bajas de los 73 epígrafes de actividades comerciales y de servicios incluidas en el ámbito de aplicación de la Ley 12/2012, realizadas en establecimientos con superficie de venta al público inferior o igual a 300 m², así como las altas y bajas en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE) de las actividades incluidas tanto en la Ley 12/2012 como en la Ley 14/2013, que totalizan 116 epígrafes en establecimientos cuya superficie de venta no sea superior a 750 m². El saldo de altas y bajas desde 2013 se refleja en el siguiente cuadro:

ESPAÑA SALDOS DE ALTAS Y BAJAS EN LOCALES DE SUPERFICIE DE VENTA HASTA 750 M ²				
	2013	2014	2015	2016
ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	18.415	27.597	14.241	11.406
ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS	48.796	72.371	65.084	61.754
TOTALES	67.211	99.968	79.325	73.160

La Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado (LGUM) ha permitido reforzar el marco jurídico de las reformas realizadas en el sector del comercio minorista al establecer e instrumentar un conjunto de principios de buena regulación (necesidad y proporcionalidad y simplificación de cargas, fundamentalmente en este sector) que debe cumplir la regulación de todas las actividades económicas. De hecho, las reformas regulatorias de los últimos años, en concreto las orientadas a liberalizar los horarios y a simplificar los regímenes de establecimiento y eliminar o sustituir autorizaciones/licencias, pueden considerarse resultado del clima de mejora de la regulación económica establecido por la LGUM.

Por otro lado, la LGUM ha establecido los llamados **“mecanismos de protección de operadores”** que pretenden dotar de efectividad a la LGUM y a las reformas que se llevan a cabo en virtud de los principios de la LGUM, en el sentido de que canalizan las reclamaciones de los operadores sobre los obstáculos que encuentran a su actividad que pueden ser contrarios a dichos principios. Se configuran así estos mecanismos que se activan a través de la Secretaría

del Consejo para la Unidad de Mercado (SECUM, alojada en el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad) o de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, como herramientas de disciplina de las Administraciones públicas, para asegurar la buena regulación de todas las actividades económicas, incluidas las actividades en el sector del comercio minorista.

Así mismo, desde la Dirección General de Política Comercial y Competitividad se lleva a cabo el **seguimiento del impacto a nivel legislativo de la Ley 20/2013**, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado **en el sector comercial en materia de implantaciones comerciales, horarios comerciales y de declaraciones de zonas de gran afluencia turística y de la nueva normativa comercial autonómica y su adaptación en particular a la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista**, tras su modificación por obra de la citada Ley de Garantía de la Unidad de Mercado, que supuso la incorporación de un nuevo artículo 6 en materia de nuevas implantaciones comerciales.

La Dirección General de Coordinación de Competencias con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales realiza una tarea de **seguimiento jurídico e informe sobre la adecuación de los proyectos normativos y actos de las comunidades autónomas** al marco constitucional de distribución de competencias y, en particular, a la normativa estatal en materia de comercio minorista y, todo ello, mediante **reuniones mensuales de la Comisión de seguimiento de disposiciones y actos de las comunidades autónomas**.

MEDIDA 29.- EVOLUCIÓN DE LAS ZONAS DE GRAN AFLUENCIA TURÍSTICA.

El Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad definió por primera vez criterios básicos para la determinación de las zonas de gran afluencia turística (ZGAT'S) y se estableció la obligación de que las comunidades autónomas procedieran a la declaración de, al menos, una zona de gran afluencia turística en los municipios que figuran en el anexo del citado Decreto-ley (14

municipios de más de 200.000 habitantes, con elevada ocupación hotelera o elevado número de pasajeros en cruceros turísticos). Estos municipios son: Madrid, Palma de Mallorca, Sevilla, Valencia, Granada, Málaga, Alicante, Zaragoza, Córdoba, Las Palmas de Gran Canaria, Cartagena, Santa Cruz de Tenerife, Bilbao y Barcelona.

El Real Decreto-ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia reduce los límites a una población de más de 100.000 habitantes y una elevada ocupación hotelera fijada en 600.000 pernoctaciones en el año inmediato anterior, o que cuenten con más de 400.000 pasajeros en cruceros turísticos, con ello se incorporan diez nuevas ciudades: San Sebastián, Coruña, Salamanca (ya declarada), Santander, Oviedo, Gijón, Almería, Marbella (ya declarada), León y Jerez de la Frontera.

MUNICIPIOS DECLARADOS ZGAT DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 5.5 DE LA LEY DE HORARIOS COMERCIALES			
	Habitantes a 01/01/2016	Pernoctaciones año 2016 (dato provisional)	Pasajeros cruceros año 2016 (dato provisional)
Madrid	3.165.541	18.010.021
Barcelona	1.608.746	19.547.867	2.687.365
Valencia	790.201	3.864.404	403.264
Sevilla	690.566	4.976.022	21.010
Zaragoza	661.108	1.742.437
Málaga	569.009	2.378.148	444.176
Palma de Mallorca	402.949	8.281.992	1.808.026
Palmas de Gran Canaria (Las)	378.998	1.250.681	1.105.093
Bilbao	345.122	1.627.807	86.598
Alicante/Alacant	330.525	1.750.537	89.000
Córdoba	326.609	1.589.541
Granada	234.758	3.289.521
Cartagena	214.759	1.129.581	187.813
Sta. Cruz de Tenerife	203.585	540.622	884.179
Gijón	273.422	826.867	32.724
A Coruña	243.978	904.036	126.735
Oviedo	220.567	933.322
Jerez de la Frontera	212.830	638.993
Almería	194.515	719.870	28.692
Donostia/San Sebastián	186.064	1.276.739
Santander	172.656	808.943	4.801
Salamanca	144.949	1.074.876
Marbella	140.744	2.782.881
León	126.192	731.865

Valladolid	301.876	700.987
Burgos	176.008	722.438
Vigo	292.817	719.175	169.093
Cádiz	118.919	544.221	385.067

Fuentes: INE Padrón Municipal 2016, INE Encuesta de Ocupación Hotelera 2016, Mº de Fomento Puertos del Estado 2016

MUNICIPIOS QUE EN EL 2016 CUMPLEN LOS REQUISITOS PARA SE DECLARADOS ZGATS DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 5.5 DE LA LEY DE HORARIOS COMERCIALES

	Habitantes a 01/01/2016	Pernoctaciones de todo el año 2016 <small>(datos publicados julio 2017)</small>	Pasajeros de cruceros de todo el año 2016
Murcia	441.003	696.615
Pamplona	195.650	618.797

El proceso declarativo de las ZGAT por las comunidades autónomas ha continuado y a estas ciudades señaladas, se han sumado con posterioridad declaraciones voluntarias de otros municipios. La mayoría de las ZGATs se hallan en comunidades turísticas como son Canarias, Islas Baleares, Cataluña, Valencia y la Comunidad de Madrid.

A julio de 2017, en toda España están declaradas 701 zonas de gran afluencia turística en un total de 551 municipios, tal como se reflejan en el siguiente cuadro:

COMUNIDADES Y CIUDADES AUTÓNOMAS	MUNICIPIOS CON ZGAT	ZGAT
Andalucía	29	31
Cataluña	110	111
C. de Madrid*	179	179
C. Valenciana	58	64
Galicia	4	5
Castilla y León	10	10
País Vasco	2	2
Canarias	49	146
Castilla- La Mancha	12	12
R. de Murcia	12	24
Aragón	9	9
Baleares, Islas	44	70
Extremadura	0	0

Asturias, Principado de	2	2
C. Foral de Navarra	1	1
Cantabria	24	29
La Rioja	5	5
Ciudad Autónoma de Ceuta**	1	1
Ciudad Autónoma de Melilla	0	0
TOTAL	551	701

Datos a febrero de 2017

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

** Ciudad autónoma de Ceuta: libertad de apertura

MEDIDA 30.- SEGUIMIENTO DE LAS MEDIDAS DE INCREMENTO DE LA COMPETENCIA EN EL SECTOR DE LOS HIDROCARBUROS.

OBJETIVO: fomentar la apertura de establecimientos en el sector minorista de hidrocarburos.

Desde la reforma del sector operada por el Real Decreto-ley 4/2013, de 22 de febrero, aprobado posteriormente como Ley 11/2013, de 26 de julio, se adoptaron una serie de medidas tanto en el mercado mayorista como en el minorista, con el objetivo de incrementar la competencia efectiva en el sector, reduciendo las barreras de entrada a nuevos operadores y repercutiendo positivamente en el bienestar de los ciudadanos.

Con el objetivo de profundizar en estas medidas, la Ley 8/2015, de 21 de mayo, por la que se modifica la Ley 34/1998, de 7 de octubre, del sector de hidrocarburos, y por la que se regulan determinadas medidas en relación con la exploración, investigación y explotación de hidrocarburos, ha introducido recientemente nuevas medidas para fomentar la competitividad del sector minorista de distribución de hidrocarburos.

Entre estas se incluyen: permitir a los distribuidores al por menor de productos petrolíferos la venta a estaciones de servicio, permitir a las estaciones de servicio independientes informar del origen de su combustible para reforzar la confianza del consumidor y establecer las cuotas de mercado máximas para los operadores al por mayor, introducidas por la disposición transitoria

quinta de la Ley 11/2013, a partir del volumen de ventas anual y no del número de puntos de venta.

Desde su implantación, la Secretaría de Estado de Energía hace un seguimiento de la aplicación de estas medidas que facilitan la apertura de instalaciones de suministro en este sector.

LÍNEA 9.-INTERNACIONALIZACIÓN.

Teniendo en cuenta que en los últimos años la contribución de la demanda externa al crecimiento ha sido positiva gracias al favorable incremento de las exportaciones, resulta indispensable continuar reforzando la internacionalización de las empresas españolas para contribuir a su competitividad y aportar valor a la economía en su conjunto.

Se impulsa la internacionalización de las empresas españolas, en especial de las pequeñas y medianas empresas, en todas las fases de su proceso de internacionalización, a través de la prestación de servicios, programas, apoyos económicos, instrumentos de información, financiación, formación o asesoría que favorezcan la internacionalización de los productos y la innovación españolas, y se promueva la imagen de España asociada a un país competitivo.

MEDIDA 31.- APOYAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL COMERCIO Y LOS SERVICIOS.

OBJETIVO: promover, a través de ICEX España Exportación e Inversiones, la apertura de establecimientos y el aumento de la facturación y el empleo en el exterior.

Programa ICEX Next.

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

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

- Franquicia.
- Tiendas y marca propia.
- Tiendas multimarca.
- A través de plataformas *on-line*.

ICEX cofinancia el 50% de los gastos realizados por la empresa siendo el apoyo total máximo de 12.700 euros.

Desde la puesta en marcha del programa hasta 2016, han participado en el mismo 1.899 empresas, de las cuales, aproximadamente un 4% (unas 82 empresas) desarrollan una actividad comercial minorista a través de puntos de venta o plataformas de e-commerce.

Durante 2017 está previsto dar continuidad al programa.

Participación en ferias internacionales.

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.

En 2016 España estuvo presente en Franchise Expo (Paris) con 8 empresas y se espera la misma participación en 2017.

En 2016 se puso en marcha el **Plan Sectorial de Moda Digital**, una apuesta de ICEX y Adigital para impulsar la internacionalización de la industria y de las marcas de la moda a través de la transformación digital de la empresa, aplicando innovación e incorporando tecnología al sector, no solo en el canal *on-line*, sino también en la tienda física.

El Plan de Moda Digital quiere mostrar a las marcas de moda españolas la tecnología que desarrollan y aplican los líderes mundiales del sector, descubrir las mejores prácticas, compartir conocimiento y aplicar al propio negocio las prácticas de sectores más tecnológicos, para conseguir una verdadera transformación digital.

MEDIDA 32.- ASESORAMIENTO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL COMERCIO Y LOS SERVICIOS.

OBJETIVO: asesoramiento a las empresas que quieren posicionarse en el mercado exterior

Ventana Global.

En abril de 2014 se lanzó Ventana Global, **servicio de información y asesoramiento integral de las consultas sobre internacionalización** que proporciona desde una plataforma común los servicios y programas de apoyo que ofrecen todos los organismos de la Administración General del Estado: ICEX, ICO, COFIDES, CESCE, CDTI, ENISA, Expansión Exterior y también los instrumentos específicos de la Secretaría de Estado de Comercio.

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

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.

Mercados electrónicos.

A través del **programa eMarket Services**, se proporciona información a las empresas, especialmente a las pequeñas empresas, con mayores dificultades para acceder a los canales tradicionales de distribución, información y asesoramiento, sobre cómo utilizar los mercados electrónicos B2B y B2C para vender en el exterior.

LINEA 10. FORMACIÓN Y EMPLEO.

Los datos de empleo en el sector del comercio reflejan la importancia de este sector en la economía de nuestro país.

En el año 2016, la ocupación en el comercio minorista creció un 1,7% en relación al mismo periodo del año anterior. La ocupación creció en el año 2016 en todas las comunidades autónomas más Ceuta y Melilla. Por modos de distribución, en variación media, el empleo aumentó en todos los formatos en el año 2016: empresas unilocalizadas (0,9%), pequeñas cadenas (0,8%), grandes cadenas (3,6%) y grandes superficies (2,4%).

En los siete primeros meses de 2017, la ocupación en el comercio minorista creció un 1,9% respecto al mismo periodo del año anterior. En lo que va de año, la ocupación creció en todas las comunidades autónomas más Ceuta y Melilla.

La media de afiliados a la Seguridad Social en el comercio minorista en el año 2016 fue de 1.849.955, 34.436 más que en el año 2015. En julio de 2017, el número de afiliados a la Seguridad Social en el comercio minorista eran 1.939.460, 26.181 más que en el mismo mes del año anterior (+1,3%).

En el año 2016, todas las comunidades han tenido un crecimiento positivo en el número de afiliados.

Es por ello que se han adoptado diversas medidas favorecedoras para la creación de empleo en el sector comercial que son evaluadas desde su aplicación.

En esta Línea de actuación se tiene en cuenta también la mejora de la cualificación y formación en el sector comercial como elementos indispensables para aumentar la capacitación en TIC y economía digital, la competitividad y el valor del trabajo en este sector.

MEDIDA 33.- PROGRAMA DE FORMACIÓN DE AGENTES COMERCIALES.

Objetivo: formar a los futuros agentes comerciales.

El Centro de estudios Comerciales del ICEX-CECO desarrolla un Programa de Formación para **Agentes Comerciales**, que son los profesionales que se encargan de promover, negociar o concretar las operaciones mercantiles, en nombre y por cuenta de una o varias empresas, mediante una retribución y en una zona determinada.

El curso se imparte en la modalidad *on-line*, con una duración de 50 horas lectivas. El contenido se agrupa en cuatro módulos: Técnicas de venta, negociación comercial y comunicación; aspectos administrativos de la actividad comercial; aspectos legales y fiscales de la actividad del agente comercial; y nuevas tecnologías.

A lo largo de 2017 se van a desarrollar las convocatorias para las ediciones **10ª, 11ª y 12ª** del curso de agentes comerciales, con una previsión total de **300 alumnos**. La 10ª edición, que se desarrolla entre el 6 de febrero y el 10 de marzo, cuenta con 111 alumnos inscritos.

MEDIDA 34.- SISTEMA NACIONAL DE GARANTÍA JUVENIL.

OBJETIVO: Apoyar la reducción de la tasa de desempleo juvenil a través de la mejora de las cualificaciones y el fomento de la contratación y del autoempleo de la población joven.

La Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia regula el Sistema Nacional de Garantía Juvenil.

El Sistema Nacional de Garantía Juvenil tiene por finalidad principal que el colectivo de personas jóvenes no ocupadas ni integradas en los sistemas de educación o formación y que sean mayores de 16 años y menores de 25, o menores de 30 años, en el caso de personas con discapacidad igual o superior al 33 por ciento, así como los jóvenes mayores de 25 años y menores de 30, hasta que la tasa de desempleo de dicho colectivo se sitúe por debajo del 20 por ciento, según la Encuesta de Población Activa correspondiente al último trimestre del año, puedan recibir una oferta de empleo, educación continua, formación de aprendiz o periodo de prácticas tras acabar la educación formal o quedar desempleadas.

En este sentido, el Ministerio de Presidencia y para las Administraciones Territoriales viene **gestionando una línea de subvenciones, por importe de 100 millones de euros en el marco del Fondo Social Europeo**, para financiar la realización de actividades formativas para jóvenes que no trabajan ni participan en el sistema de educación. Estas **ayudas se dirigen a ayuntamientos, diputaciones y similares u organismos autónomos dependientes de ellas, para el desarrollo de programas para la integración sostenible en el mercado laboral de las personas jóvenes**, un elemento esencial para afrontar los desafíos demográficos y para favorecer la inserción laboral de los jóvenes en todos los ámbitos de actividad económica, incluido el comercio.

En el mes de **julio se adjudicaron más de 75 millones de euros** a entidades locales en el marco de este programa, que permiten subvencionar un total de 112 proyectos, con un total de 1.102 actuaciones formativas, de las que se beneficiarán 11.621 personas, el 80% de ellas destinadas a la obtención de un certificado de profesionalidad. **Entre los proyectos subvencionados existen líneas específicamente centradas en el pequeño comercio (Carnicería/Charcutería del pequeño Comercio).**

MEDIDA 35.- PROGRAMAS DE RED.ES DE FORMACIÓN EN TIC Y EN ECONOMÍA DIGITAL.

OBJETIVO: desarrollar proyectos de formación en el ámbito de las TIC y de la economía digital, dirigidos a jóvenes y trabajadores.

Programa de formación para el empleo juvenil en la economía digital.

Teniendo en cuenta que la formación en las tecnologías de la información y las comunicaciones y en la economía digital es un factor clave para el desarrollo socioeconómico y la mejora de la empleabilidad, Red.es ha puesto en marcha el 31 de enero de 2017 el **Programa de Formación para el Empleo Juvenil en la Economía Digital** con el fin de impulsar la formación y la empleabilidad de los jóvenes desempleados del Sistema Nacional de Garantía Juvenil, en el ámbito de las TIC y de la economía digital, favoreciendo su capacitación, e incentivando su acceso a puestos de trabajo que promuevan la transformación digital de las empresas.

Esta convocatoria tiene la finalidad de seleccionar, en régimen de concurrencia competitiva, los beneficiarios de las ayudas (empresas, asociaciones o fundaciones) para desarrollar **proyectos de formación con compromiso de contratación en el ámbito de las TIC y de la economía digital, dirigidos a los jóvenes inscritos en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil.**

La convocatoria finalizó el 9 de marzo de 2017.

Está cofinanciada a través del Fondo Social Europeo, dentro del periodo de programación 2014-2020, con cargo al Programa Operativo de Empleo Juvenil. El **presupuesto total de las ayudas asciende a la cantidad de 20 millones de euros.**

El importe de ayuda será **entre 100.000 euros** por cada beneficiario y proyecto subvencionable asociado a cada grupo de regiones **hasta 2.000.000 de euros por beneficiario** en total.

Las ayudas cubrirán el 91,89% de los proyectos de asociaciones y fundaciones, y el 60% en el apartado de los proyectos de las empresas (hasta el 70% si son pymes). En la modalidad de contratación se concederá un 50% de los costes salariales por contrato, con un máximo de 3.000 euros por joven para contrataciones por cuenta ajena y de 1.800 para los autónomos

El presupuesto disponible para cada uno de los grupos de regiones en esta convocatoria, es el siguiente:

Grupos de Regiones	Presupuesto Total Ayudas
<u>Grupo A</u> Aragón, P. de Asturias, Islas Baleares, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, C. A. Ceuta, C. Valenciana, Galicia, La Rioja, C. de Madrid, C. Foral de Navarra y País Vasco	13.500.000 €
<u>Grupo B</u> Andalucía, Canarias, Castilla - La Mancha, C. A. Melilla y R. de Murcia.	6.000.000 €
<u>Grupo C</u> Extremadura	500.000 €
Total	20.000.000 €

Apoyo a programas formativos en Economía Digital.

Ayudas a entidades educativas y universidades para el otorgamiento de becas a estudiantes de programas formativos de postgrado en el ámbito de la Economía Digital: comercio electrónico, marketing digital y comunicación online, videojuegos, animación y efectos especiales, programación en tecnologías *web* y móviles, *Cloud computing*, *Big Data*, internet de las cosas (IoT), industria 4.0, *smart cities*, usabilidad y experiencia de usuario, metodologías de

innovación aplicadas a la transformación digital y el emprendimiento, ciberseguridad y realidad virtual y aumentada.

Contará con 2 millones de euros en becas para estudiantes, cofinanciado entre red.es y la entidad formativa.

Programas formativos para ocupados y para el emprendimiento.

Actuaciones principalmente de formación continua y reciclaje profesional en temáticas relacionadas con las TIC y la Economía Digital con un doble objetivo, favorecer el desarrollo profesional de los trabajadores en la adquisición de competencias digitales, e impulsar el proceso de transformación digital de las empresas, clave para su crecimiento y competitividad.

Se realizan talleres, jornadas y sesiones de gran capilaridad para despertar la vocación emprendedora, principalmente con contenido de habilidades soft necesarias para desarrollar proyectos de emprendimiento tecnológico.

Contará con un presupuesto de 12,5 millones de euros. Está previsto entre el último trimestre de 2017 y primero del 2018.

MEDIDA 36.- FORMACIÓN SECTORIAL. Proyecto E-FishNet.

OBJETIVO: fortalecimiento de las habilidades de gestión y comunicación de los pescaderos profesionales.

El **proyecto E-FishNet** tiene como objetivo promover una **red de colaboración internacional** sobre los intereses y la mejora formativa del sector detallista de pescado en Europa. En él

participan un consorcio de nueve organizaciones provenientes de Islandia, España, Turquía, Reino Unido y Portugal.

Está enmarcado en el Programa Erasmus +, cofinanciado por la Unión Europea y coordinado por la Federación Española de Pescaderías Tradicionales (FEDEPESCA). La finalización está prevista para septiembre de 2018. Tratará de analizar los distintos modelos formativos en el ámbito del sector minorista en los países que integran el consorcio, crear una red de colaboración mundial en este ámbito, además de desarrollar una plataforma e learning con contenidos destinados al colectivo minorista de pescado.

MEDIDA 37.- PLANES DE FORMACIÓN.

OBJETIVO: conseguir que la formación en el sector sea la más adecuada para su capacitación y mejora de la empleabilidad, la formación profesional dual permite combinar los conocimientos teóricos en centros educativos con formación práctica en empresas de forma que la formación se adecúa a las necesidades reales del mercado de trabajo y se incrementa la empleabilidad de los titulados. Por otra parte el Observatorio de las ocupaciones del servicio Público de Empleo Estatal llevará a cabo un estudio y diagnóstico de las necesidades formativas en el sector del comercio, contribuyendo al desarrollo profesional y personal de los trabajadores y a la competitividad de las empresas.

Formación profesional dual en la empresa.

La **formación profesional dual** es el conjunto de acciones e iniciativas formativas, mixtas de empleo y formación, que **tienen por objeto la cualificación profesional de los trabajadores en un régimen de alternancia de actividad laboral en una empresa con la actividad formativa** recibida en el marco del sistema de formación profesional para el empleo o del sistema educativo.

La formación profesional dual en el sistema de formación profesional para el empleo se materializará a través del contrato para la formación y el aprendizaje.

A través de la participación en el sistema de Formación Dual, la empresa se convierte en agente formativo. El hecho de que el aprendiz se forme en las mismas condiciones en las que se ejerce la actividad laboral asegura la adquisición de conocimientos que únicamente se adquieren en el trabajo.

Estudios de diagnóstico de necesidades formativas.

El **Observatorio de las Ocupaciones** es la unidad técnica del **Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE)**, compuesta por una red de profesionales en todo el territorio del Estado que, con medios propios, analiza la situación, las tendencias del mercado de trabajo y los retos y requerimientos que éste plantea. Realiza informes y análisis de mercado de trabajo, con una actualización permanente de indicadores, técnicas cualitativas y ámbitos geográficos (estatal, autonómico y provincial). Con sus estudios proporciona un **diagnóstico de las necesidades formativas y de recualificación del mercado laboral, para anticiparse a los cambios y responder a la demanda** que se pueda producir de mano de obra cualificada, contribuyendo así al desarrollo profesional y personal de los trabajadores y a la competitividad de las empresas. Esta red de profesionales, distribuida entre los servicios centrales y las 52 direcciones provinciales del SEPE, trabaja de forma coordinada mediante equipos de trabajo que desarrollan diferentes actividades.

Proporciona información sobre:

- Las ocupaciones con tendencia positiva en la contratación.
- La situación de tu titulación en el mercado de trabajo.
- Las características de los puestos de trabajo.

El Observatorio de Ocupaciones estudia la situación, evolución y prospectiva del mercado laboral:

- La tendencia en los sectores de actividad.
- La capacidad de generar empleo y su calidad, las ocupaciones y actividades con futuro y los territorios con más potencialidad de generarlo.
- Las necesidades formativas de los trabajadores y los requerimientos profesionales demandados por las empresas.
- Los cambios que se producen en el mercado de trabajo y que modifican los contenidos de las ocupaciones, para la anticipación de los nuevos requerimientos del sistema productivo.
- La situación de algunos colectivos ante el empleo: jóvenes, mayores de 45 años, mujeres, personas con discapacidad, personas extranjeras.
- La movilidad geográfica de la contratación.

En este sentido, el Servicio Público de Empleo Estatal va a afrontar **en 2017 un estudio prospectivo del sector del comercio minorista**, en colaboración con la Dirección General de política Comercial y Competitividad, dado su peso relevante en la economía española y en el empleo, y que actualmente se enfrenta al desafío que supone la incorporación de innovaciones, tanto tecnológicas como organizativas, necesarias para avanzar en competitividad y modernización.

El objetivo de dicho estudio es conocer el sector y sus previsiones de futuro, el grado de implantación de las innovaciones más importantes, así como las carencias formativas detectadas y las necesidades de empleo en cuanto a las ocupaciones y perfiles profesionales más relevantes, con la finalidad de contribuir a la orientación profesional y la adecuación de la oferta formativa a las mismas.

Para ello en la metodología del Observatorio se incluye la consulta, mediante encuesta *on-line*, a una muestra amplia de empresas de distintos tamaños –incluyendo los autónomos, muy presentes en este sector– para recoger y cuantificar sus opiniones y previsiones con respecto a los temas antes indicados y que se complementa con una serie de entrevistas personales a representantes de asociaciones empresariales y empresas representativas del sector, para obtener la visión de los expertos acerca de los asuntos mencionados.

MEDIDA 38.- TITULACIONES DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING.

OBJETIVO: obtener una formación profesional que responda de forma efectiva a las necesidades demandadas por el sector del comercio.

Titulos de formación.

La Dirección General de Formación Profesional del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte ha comenzado los trámites para la aprobación por el Consejo de Ministros de un nuevo **título de Grado Medio: “Técnico en comercialización de productos alimentarios”**.

La competencia general de este título consiste en vender al por menor productos alimentarios, a través de diferentes canales; preparar y acondicionar el producto y garantizar su seguridad alimentaria; gestionar su almacenaje, realizar la gestión administrativa del proceso comercial en sus distintas variantes y atender a la clientela; así como implantar y dirigir un pequeño establecimiento comercial. Todo ello aplicando la normativa de higiene alimentaria y demás normas de calidad, la norma de protección del consumidor, prevención de riesgos y medio ambiente, respetando la legislación vigente.

Además, La Dirección General de Formación Profesional tiene previsto otras actuaciones para el año 2017 y consecutivos:

- **Potenciar la colaboración de las empresas** del sector en el módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo (FCT) en los diferentes títulos de formación profesional del sistema educativo.
- **Promover la aplicación de la modalidad de Formación Profesional dual** en las empresas del sector del comercio, así como buscar pautas de aplicación para el aseguramiento de su calidad.
- **Fomentar la contratación de los titulados** de los ciclos formativos de comercio por parte de las empresas con el fin de **augmentar la productividad** de las propias empresas, **augmentar la empleabilidad de personas cualificadas** en este sector que cuenta con un gran número de trabajadores sin ninguna cualificación y **poner en valor los títulos de formación profesional** en este sector.
- Mantener el **grupo de trabajo en el ámbito del comercio** en el seno del Consejo General de Formación Profesional, e incluso ampliarlo con otras empresas y organizaciones, con el objetivo de abordar nuevas actualizaciones o elaboraciones de títulos relacionados con el sector comercial.

Además, en tanto en cuanto también tienen aplicación en el comercio minorista, en la escala que corresponda, la Dirección General de Formación Profesional del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte mantiene en permanente actualización los **resultados de aprendizaje y contenidos curriculares básicos** de los siguientes títulos:

- Título Profesional Básico en Servicios Comerciales
- Técnico en Actividades Comerciales
- Técnico Superior en Comercio Internacional
- Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

- Técnico Superior en *Marketing* y Publicidad
- Técnico Superior en Transporte y Logística

Certificados de profesionalidad.

Los certificados de profesionalidad son el instrumento de acreditación oficial de las cualificaciones profesionales del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, en el ámbito de la administración laboral (Real Decreto 34/2008, de 18 de enero). El alumno obtiene la acreditación oficial (y válida en el territorio nacional) del conjunto de competencias profesionales, que capacitan para el desarrollo de una actividad laboral identificada en el sistema productivo. La acreditación es expedida por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) y los órganos competentes de las comunidades autónomas. Las Cámaras de Comercio proporcionan certificados de profesionalidad a empresas que quieran cualificar a sus trabajadores o a personas que quieran obtener una cualificación oficial.

MEDIDA 39.- FORMACIÓN EN EXPERIENCIA DE CLIENTE. (CUSTOMER EXPERIENCE)

OBJETIVO: formar a los comerciantes en estrategias para la mejora de la experiencia de sus clientes, facilitando su adaptación al notable cambio en los hábitos de compra que se están produciendo.

La **Escuela de Organización Industrial (EOI)**, en colaboración con la Confederación Española de Comercio (CEC) va a desarrollar **acciones de formación en Experiencia de Cliente (Customer Experience)**, comenzando con proyectos piloto en varias provincias.

El programa estará desglosado en dos niveles:

- **Primer nivel: Jornadas de sensibilización en Experiencia de Cliente** para el comercio minorista, consistente en cuatro jornadas presenciales de una hora y media de duración, complementadas con una plataforma virtual en la que los comerciantes pueden acceder, incluso desde dispositivos móviles, a contenidos formativos como videos, MOOCs y fuentes de conocimiento de EOI, además de un amplio abanico de posibilidades de comunicación entre los comerciantes.

El objetivo de estas sesiones es concienciar sobre la necesidad de adaptarse a los cambios de comportamiento de los clientes incorporando el plano emocional en las relaciones con estos y manteniendo un contacto continuo con sus necesidades, hábitos y motivaciones; así como adelantarse en la incorporación de la gestión de la experiencia de cliente, mostrando los beneficios económicos que esto puede aportar a los comercios, del mismo modo que incorporar un sistema de resolución alternativa de conflictos con el cliente o la adhesión al Sistema arbitral de consumo aumenta la seguridad y fidelización del cliente.

- **Segundo nivel:** Los participantes en las jornadas de sensibilización podrán profundizar en la materia inscribiéndose en el **Curso en Experiencia de Cliente** para el comercio minorista. Este curso tendrá una duración de 24 horas lectivas distribuidas en 3 sesiones presenciales.

El curso está compuesto por tres bloques que alternan el marco teórico y la práctica operativa, con elementos innovadores de reflexión, co-creación de engagement (implicación) y de impacto WOW.

EOI elaborará un informe de resultados de las jornadas y de los cursos con las conclusiones y las recomendaciones más relevantes, de cara a elaborar un programa formativo definitivo, plenamente ajustado a las necesidades y las características del comercio minorista.

MEDIDA 40.-ANÁLISIS DEL RELEVO GENERACIONAL EN EL COMERCIO.

OBJETIVO: analizar los factores que inciden en el relevo generacional para potenciarlo, manteniendo la actividad y el empleo en el sector.

Teniendo en cuenta que la principal dificultad a la que se enfrenta el relevo generacional en el comercio minorista es la falta de reemplazo, provocado por la actual situación socioeconómica, donde el proyecto de pyme comercial no siempre es suficientemente atractivo por diversos motivos y la importancia que esto tiene en el empleo en este sector, desde la Secretaría de Estado de Comercio, con un presupuesto de 14.520 euros, se va a llevar a cabo un estudio, a través de la Confederación española de Comercio, que permita analizar la situación del relevo generacional en el comercio minorista en España, evaluando los factores que limitan o perjudican el buen desarrollo de la actividad empresarial en el contexto socioeconómico actual para, a partir de ahí, extraer conclusiones, recomendaciones, sugerencias y propuestas de actuaciones para un mejor desarrollo del relevo generacional en el sector en los próximos años.

En el Marco de las tareas de elaboración de la **Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico**, se ha propuesto la elaboración del análisis de la situación del relevo generacional en el comercio minorista en España, teniendo también en cuenta los efectos que el envejecimiento de la población tiene sobre estas actividades, más allá de los condicionantes económicos, e incluyendo entre las prioridades de estudio la existencia de herramientas que permitan poner en contacto a comerciantes próximos a la jubilación con personas que estén en situación de poder tomar el relevo, para evitar el cierre de negocios, y determinar las posibilidades o, en su caso, barreras en el traspaso de negocios.

MEDIDA 41.-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 mediante bonificaciones a la contratación.

Bonificación en las cuotas empresariales a la Seguridad Social.

En 2013 el Gobierno estableció una **bonificación del 50% en las cuotas empresariales a la Seguridad Social** durante los meses de marzo y noviembre para **comerciantes vinculados al sector turístico** que en dichos meses mantuvieran/generaran actividad y empleo de trabajadores con contratos de carácter fijo discontinuo. Desde entonces se hace un seguimiento de su aplicación. En 2016 se extendió la medida a la cotización del mes de febrero.

Contrato de Trabajo por tiempo indefinido de Apoyo a los Emprendedores.

El contrato de trabajo por tiempo indefinido de apoyo a los emprendedores **fomenta la contratación estable por parte de los emprendedores y pymes**, que suponen más del 95% del tejido productivo.

El Real Decreto Ley 16/2013, de 20 de diciembre, de medidas para favorecer la contratación estable y mejorar la empleabilidad de los trabajadores, extiende el Contrato Indefinido de Apoyo a Emprendedores a las contrataciones a tiempo parcial.

Desde la Secretaría de Estado de Empleo se realiza un seguimiento del número de contrataciones desde la aplicación de la medida.

AGENTES IMPLICADOS EN EL PLAN.

Estas medidas se desarrollan desde distintos departamentos ministeriales que se relacionan a continuación.

Ministerio de Economía, Industria y Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> – Secretaría de Estado de Comercio. Dirección General de Política Comercial y Competitividad – Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). – Instituto de Crédito Oficial (ICO). – Secretaría General de Industria y de la Pyme. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. – Empresa Nacional de Innovación S.A. (ENISA). – Compañía Española de Reafianzamiento (CERSA).
Ministerio de Empleo y Seguridad Social	<ul style="list-style-type: none"> – Secretaría de Estado de Empleo. – Dirección General del Trabajo Autónomo, de la Economía Social y de la Responsabilidad Social de las Empresas. – Servicio Público de Empleo Estatal.
Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital	<ul style="list-style-type: none"> – Secretaría de Estado para la Sociedad de la Información y la Agenda Digital. Red.es. – Secretaría de Estado de Energía. Dirección General de Política Energética y Minas. Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE). – Secretaría de Estado de Turismo. – Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA). – Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P. (SEGITTUR)
Ministerio del Interior	<ul style="list-style-type: none"> – Secretaría de Estado de Seguridad. Dirección General de Policía y Dirección General de la Guardia Civil.
Ministerio de Justicia	<ul style="list-style-type: none"> – Oficina de Recuperación y Gestión de Activos.
Ministerio de Hacienda y Función Pública	<ul style="list-style-type: none"> – Secretaria de Estado de Presupuestos y Gastos. Dirección General de Fondos Comunitarios. – Secretaria de Estado de Hacienda. AEAT. Secretaria General de Financiación Autonómica y Local.
Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> – Secretaría General de Pesca. Dirección General de Ordenación Pesquera. – Secretaría General de Agricultura y Alimentación. Dirección General de la Industria Alimentaria.
Ministerio de Fomento	<ul style="list-style-type: none"> – Secretaría de Estado de Infraestructuras, Transportes y Vivienda. Dirección General de Arquitectura, Vivienda y Suelo.
Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación	<ul style="list-style-type: none"> – Secretaría de Estado de Asuntos Exteriores. Dirección General de Españoles en el exterior y de Asuntos Consulares y Migratorios.
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte	<ul style="list-style-type: none"> – Secretaría de Estado de Educación, Formación Profesional y Universidades. Dirección General de Formación profesional. – Secretaría de Estado de Cultura. Dirección General de Industrias Culturales y del Libro.
Ministerio de sanidad, Servicios Sociales e Igualdad	<ul style="list-style-type: none"> – Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad

Ministerio de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales

- Secretaria de Estado para las Administraciones Territoriales. Dirección General de Relaciones con las Comunidades Autónomas y Entidades Locales.
- Comisionado del Gobierno frente al Reto Demográfico.

A estos departamentos Ministeriales se unen las comunidades autónomas, la Federación Española de Municipios y Provincias, la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), la Cámara de Comercio de España, Mercasa, la Escuela de Organización Industrial, y las principales asociaciones del sector comercial.

Ministerio de Economía, Industria y Competitividad

Depósito Legal: M-12277-2017

NIPO: 057-17-092-X

e-NIPO: 057-17-093-5