

PROGRAMA 4310

ORDENACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES

1. DESCRIPCIÓN Y FINES

El fin del Programa 4310 es promover la competitividad, la innovación y el uso de las nuevas tecnologías por parte del sector comercial, favoreciendo su adaptación a los nuevos hábitos de consumo y mejorando la gestión de su modelo de negocio, prestando especial atención a las pymes y micropymes del comercio minorista, considerando que estas constituyen el 98,5 % de las empresas del sector y que éste ha sido muy afectado por la crisis del coronavirus vivida en 2020. Para ello se diseñará un Plan de impulso del sector comercial que recoja acciones e iniciativas que apoyen la competitividad del comercio en España de forma que el mismo se vea reforzado y esté capacitado para superar nuevas crisis.

Es necesario impulsar el comercio como sector estratégico a la hora de generar riqueza, empleo y cohesión social. Y se necesita hacerlo en el medio urbano y rural de manera que salga de la crisis más reforzado, moderno y omnicanal, aprovechando las posibilidades que ofrece la digitalización para ser más competitivos, recuperando la confianza del consumidor e impregnándolo de elementos sostenibles para que así perdure en el tiempo. Y todo ello, sin olvidar el modelo de colaboración público-privada como herramienta para el fomento del comercio tradicional y poner en valor a los establecimientos comerciales.

Los objetivos establecidos en el Plan de impulso al comercio serán:

- Facilitar el desarrollo de proyectos de transformación digital.
- Facilitar la transformación ecológica del sector.
- Fomentar la innovación en el comercio, promoviendo su adaptación a las nuevas tecnologías y a las nuevas formas de consumo, trabajando en una estrategia multicanal que pase por la omnicanalidad.
- Contribuir a que el comercio tradicional perdure en el tiempo.
- Potenciar el uso de las energías renovables y no contaminantes.
- Disminuir la huella de carbono y la movilidad sostenible.

Junto a estos objetivos contemplados en el Plan de impulso al comercio, es necesario desarrollar las siguientes medidas de actuación:

- Sensibilización y capacitación en materia medio ambiental.
- Modernizar los mercados, las áreas comerciales, mercados de venta no sedentaria y los canales cortos de comercialización, y sus equipamientos comerciales.
- Fomentar el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas.
- Facilitar liquidez y avales a las pymes en riesgo.
- Impulsar la actividad inversora.
- Facilitar herramientas a la actividad emprendedora.
- Potenciar las sinergias entre el turismo y el comercio.
- Contribuir a crear un marco de libre y justa competencia.
- Sensibilizar al pequeño comercio de la necesidad de impulsar sus capacidades en el uso de nuevas tecnologías.
- Desarrollar las capacidades, conocimientos y competencias en el sector del comercio minorista.
- Facilitar información y servicios de interés para el sector de la distribución comercial.
- Contribuir a conseguir un entorno seguro en el comercio.
- Generar confianza en el cliente.
- Aumentar la demanda.

Para la consecución de estos objetivos se desarrollarán las siguientes líneas de acción en el ámbito del comercio interior:

- Trabajar en una estrategia multicanal, fomento del asociacionismo entre empresas del sector, refuerzo de la actividad comercial en zonas rurales, mejora de la competitividad comercial en los municipios, modernización de los mercados municipales, ejes comerciales o venta no sedentaria, fomento del emprendimiento, formación y sensibilización.
- Reconocer la labor, especial dedicación e innovación de Ayuntamientos, asociaciones de centros comerciales abiertos y pequeños comercios, a través de los Premios Nacionales de Comercio Interior.

- Promover el uso de las tecnologías, así como dar reconocimiento a ideas novedosas en este ámbito mediante el “Concurso de Ideas Tecnológicas para el Comercio Minorista” cuyo objetivo es fomentar el talento y la innovación para generar soluciones tecnológicas aplicables en el comercio minorista, que le permita ser más competitivo.
- Creación de una plataforma digital del comercio que impulsará la presencia de pequeños comerciantes en los nuevos canales de posicionamiento y distribución.
- Continuar desarrollando las actuaciones en el marco del Convenio con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, para actuaciones de apoyo a la competitividad del comercio minorista que promuevan la innovación, digitalización y adaptación a las nuevas tecnologías del pequeño comercio, de forma individualizada o a través de las asociaciones. Estas actuaciones se desarrollarán en las Comunidades Autónomas a través de las Cámaras de Comercio y se informará a los responsables en materia de comercio, de las Comunidades Autónomas, en el seno de la Conferencia Sectorial de Comercio Interior.
- Continuar los trabajos del Observatorio del comercio 4.0 para analizar, identificar, coordinar y difundir las principales tendencias relacionadas con la estrategia omnicanal del sector del comercio español.
- Colaboración entre las Administraciones Públicas y el sector comercial en la búsqueda de soluciones a la venta ilegal a través de la Mesa contra el Intrusismo en el comercio.
- Seguimiento y control de la regulación en materia de distribución comercial.
- Informe y seguimiento de las iniciativas y actividades de otros Departamentos Ministeriales, de las Comunidades Autónomas y de la Unión Europea que sean susceptibles de afectar al sector de la distribución comercial.
- Estudio de la competencia en igualdad de condiciones o “level playing field” entre los distintos operadores del mercado nacional y canales de distribución comercial.
- Estudiar la viabilidad de la implantación del modelo BID (Business Improvement Districts) de gestión de zonas comerciales urbanas en España, así como de las alternativas para su financiación.
- Informe de los Expedientes de Garantía de Unidad de Mercado que afectan al ámbito de comercio interior, así como el ejercicio de las competencias resultantes

de la condición de Punto de Contacto Sectorial de la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de Garantía de la Unidad de Mercado que ostenta la Dirección General de Política Comercial a través de la Subdirección General de Regulación del Comercio Interior.

- Seguimiento de asuntos comunitarios relacionados con el comercio Interior, en particular, la transposición de la Directiva (UE) 2019/633 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de abril de 2019, relativa a las prácticas comerciales desleales en las relaciones entre empresas en la cadena de suministro agrícola y alimentario y del Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se modifica el Reglamento (UE) nº 1308/2013, de 17 de diciembre, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios.
- Impulso e implementación de las nuevas directrices comunitarias en materia de mercado interior.
- Asistencia a las reuniones convocadas por el Grupo de Trabajo Expertos de Directiva de Servicios en el seno de la Comisión Europea y al resto de reuniones o eventos que afecten al ámbito de comercio y retail.
- Participación en las reuniones de la Comisión de Seguimiento del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria creada por Acuerdo de 24 de noviembre de 2015.
- Asistencia a las sesiones del Consejo Asesor de la AICA (Agencia de Información y Control Alimentario), del Consejo General de Sistema Arbitral de Consumo y a los Grupos de Trabajo de la Comisión Nacional de Protección de las Infraestructuras Críticas y a la propia Comisión Nacional PIC.
- Asistencia y participación en los grupos de trabajo de la Comisión Intersectorial para actuar contra las actividades vulneradoras de derechos de propiedad industrial, creada por el Real Decreto 54/2014, de 31 de enero.
- Asistencia a la Comisión de Seguimiento de disposiciones y actos de las Comunidades Autónomas del Ministerio de Política Territorial.
- Seguimiento de las actuaciones de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Ceuta y de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España en el ejercicio de la tutela administrativa.
- Seguimiento de la adaptación de las Comunidades Autónomas a la Ley 4/2014, de 1 de abril, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación.

- Aprobación de los presupuestos y de las cuentas anuales de las Cámaras de Comercio de España y de Ceuta como administración tutelante de ambas entidades.
- Apertura del nuevo proceso electoral para la renovación de los Plenos de las Cámaras y seguimiento del resto del proceso electoral.
- Análisis de la situación de la red cameral en colaboración con las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio y las Comunidades Autónomas como administraciones tutelantes.

2. ACTIVIDADES

En el ejercicio 2022, la Dirección General de Política Comercial trabajará en las siguientes líneas de actuación:

2.1 Respecto a las actuaciones de mejora de la regulación normativa del sector, se quieren impulsar las siguientes líneas:

- Seguimiento y coordinación de la normativa autonómica en materia de distribución comercial para supervisar la adecuación de dicha normativa al orden constitucional de distribución de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas.
- Constitución, coordinación e impulso de grupos de trabajo multilaterales con Comunidades Autónomas, Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), y otros departamentos para trabajar sobre posibles proyectos normativos para la mejora del sector de la distribución comercial.
- Análisis y evaluación de la incidencia de otros proyectos normativos sectoriales (agrarios, laborales, medioambientales, financieros, de protección de los consumidores, sanitario, fiscales, turísticos, agenda digital y eficiencia energética etc.) sobre la actividad comercial.
- Identificación y evaluación de los obstáculos que en el área de comercio suponen una distorsión de la unidad de mercado.
- Seguimiento de las actuaciones a desarrollar por las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación tuteladas por la Administración General del Estado.
- Seguimiento del plan de acción de la Cámara de España en Melilla y ejercicio de la tutela respecto a la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Ceuta y de la Cámara de España,

- Regulación de formas comerciales emergentes así como análisis y fomento de las nuevas tecnologías aplicables a la distribución comercial y, en especial, al comercio digital.
- Participación en el Grupo de Trabajo Interministerial para la transformación digital de la economía española.
- Análisis de la modificación de la Ley 4/2014, de 1 de abril, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación y resto de normativa de desarrollo.

2.2 En lo que concierne a las actuaciones que incentiven la modernización del sector comercial:

- La adjudicación de los **Premios Nacionales de Comercio Interior** que reconocen anualmente el esfuerzo y la labor desarrollada por el Pequeño Comercio, las Asociaciones de Comerciantes de Centros Comerciales Abiertos y los Ayuntamientos.
- La convocatoria anual del **Concurso de Ideas Tecnológicas para el Comercio Minorista** para continuar fomentando el desarrollo de soluciones tecnológicas aplicables a negocios propios de la actividad comercial minorista, otorgando premios a las siguientes cuatro categorías:
 - 1º. Ideas orientadas a la tecnificación de los negocios comerciales con venta presencial.
 - 2º. Ideas orientadas a la tecnificación de los negocios que gestionen los dos canales de venta.
 - 3º. Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas las áreas comerciales urbanas, establecimientos comerciales, colectivos y mercados municipales.
 - 4º. Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas para la transformación digital del comercio en áreas comerciales rurales.
- Desarrollo de actuaciones en el marco de un **Convenio con la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España**, para actuaciones que promuevan la competitividad, modernización y adaptación a las nuevas tecnologías de los comercios, de forma individualizada o a través de las asociaciones. Estas actuaciones se desarrollarán en las Comunidades Autónomas a través de las Cámaras de Comercio y se informará a los responsables en materia de comercio, de las Comunidades Autónomas, en el seno de la Conferencia Sectorial de Comercio Interior. Se llevará a cabo una evaluación de impacto de las ayudas

concedidas con el ánimo de mejorar su eficiencia, ampliar su difusión y reducir sus costes de gestión.

- Elaboración de diferentes líneas de ayuda dirigidas a la facilitación de financiación de proyectos que contribuyan a la transformación digital y ecológica del comercio.

Así mismo, la Conferencia Sectorial de Comercio Interior, estudiará y propondrá actuaciones en otros ámbitos relevantes, relacionados con la modernización del sector comercial, en sus reuniones periódicas y en sus grupos de trabajo.

2.3 Observatorio del comercio 4.0.

Dentro de la promoción e impulso de nuevas formas de comercialización, se quiere prestar especial atención al comercio digital, asunto de creciente importancia a nivel nacional e internacional.

Se dará continuidad al Observatorio del Comercio 4.0 creado en diciembre de 2018, con el objetivo de propiciar el análisis, estudio y seguimiento de la omnicanalidad basada en Internet y en las nuevas tecnologías.

Entre los agentes que forman parte del citado Observatorio destacan instituciones públicas, organizaciones representativas del sector comercial y del ámbito de la economía digital, expertos en nuevos canales de comercialización y organizaciones representativas de medios de pago.

Se trabajará a través de sus cuatro grupos de trabajo (GT):

- GT Información para el comercio.
- GT Formación y capacitación en competencias digitales.
- GT Ayudas al comercio.
- GT Análisis del marco regulatorio.

2.4 Plataforma Comercio Conectado

Se creará la Plataforma Comercio Conectado, una plataforma digital para el pequeño comercio, que funcionará como un punto de encuentro para los operadores relacionados con las actividades de distribución comercial, además de servir de apoyo y ayuda al pequeño comercio ante algunos de los retos del siglo XXI.

Se comenzará el desarrollo de la plataforma con un marco básico y general y con un número limitado de iniciativas, acotando sectores.

Desde dicha plataforma, además de favorecer al pequeño comercio en su modernización y fomentar una mayor presencia en los nuevos canales de distribución comercial, se pretende gestionar contenidos y realizar una gran variedad de actividades, así como facilitar la formación y adaptación del personal que trabaja en la distribución comercial.

La plataforma será un lugar de encuentro y actuará como una herramienta informativa sobre cursos de formación en el uso de nuevas tecnologías y herramientas de marketing, incluyendo plantear ejemplos en forma de casos de éxito en su sector, fuentes de financiación, regulación sectorial, etc.

También permitirá acceder al ecosistema digital y de proveedores tecnológicos, a través de un enlace con la plataforma Acelera PYME. Se podrá tener acceso al portal Comercio Conectado con su propio dominio, directamente o a través de un enlace en el vertical “sector comercio” de la plataforma Acelera Pyme. A su vez, desde Comercio Conectado se podrá acceder a todos los contenidos, sobre digitalización horizontal, de Acelera Pyme.

Se constituirán grupos de usuarios de control, integrando a las asociaciones sectoriales y otros agentes, de modo que se permita posteriormente generar nuevos servicios y contenidos de interés.

Para alimentar el registro de empresas, se rellenará un cuestionario de autodiagnóstico.

El despliegue de la plataforma será gradual en cuanto a funcionalidades y segmentos contemplados y se incorporarán indicadores con el fin de validar el grado de calidad de los contenidos.

Dado el volumen de trabajo requerido se contempla la contratación de una Oficina de Gestión que se ocupe de la gestión administrativa y operativa de la plataforma, revisando y validando los contenidos y gestionando el diálogo interactivo con los usuarios.

2.5 Impulso de un entorno de libre mercado en el sector comercial

En este ámbito, en estrecha colaboración con la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, debe abordarse el seguimiento y control de todo tipo de barreras que impiden la libre prestación de servicios y ejercicio de la actividad comercial incluida la aplicación de aquellas iniciativas para la mejora de la regulación y simplificación administrativa.

2.6 Mantener el estudio y análisis del mercado interior

Se continuarán los trabajos de análisis económicos y legislativos que permitan seguir el comportamiento del libre funcionamiento del mercado interior, así como desarrollar los mecanismos para una información en tiempo real de los distintos parámetros.

Se realizará el estudio y valoración del “level playing field” en el ámbito del comercio interior y se trabajará en la obtención de nuevos parámetros relacionados con el comercio electrónico.

3. ÓRGANOS ENCARGADOS DE SU EJECUCIÓN

El órgano encargado de ejecutar el Programa es la Dirección General de Política Comercial, a través de las siguientes Subdirecciones Generales: de Regulación del Comercio Interior, de Apoyo a la Competitividad del Pequeño Comercio y de Comercio Internacional de Servicios y Comercio Digital.

4. OBJETIVOS E INDICADORES DE RESULTADOS

A continuación, se detallan los objetivos e indicadores tanto realizados, como su previsión de ejecución y su previsión para 2022:

OBJETIVO					
1. Reactivación y modernización del comercio interior: Ejecución, seguimiento y evaluación de las actuaciones de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España					
INDICADORES	2020		2021		2022
	Presu- puestado	Realizado	Presu- puestado	Ejecución prevista	Presu- puestado
1. De resultados					
– Convocatoria y adjudicación de Premios Nacionales de comercio Interior (nº premios)	9	8	9	10	9
– Convocatoria y adjudicación de Premios Nacionales de comercio Interior (nº premios)	1	0	1	0	0

INDICADORES	2020		2021		2022
	Presu- puestado	Realizado	Presu- puestado	Ejecución prevista	Presu- puestado
– Actuaciones en el marco del convenio con la Cámara de España de apoyo a la competitividad del comercio (nº beneficiarios)	38.500	50.432	38.500	43.668	40.000
– Campañas de promoción de mercados (nº beneficiarios)	300	300	300	300	300
– Solicitudes convocatoria Premios Nacionales de Comercio Interior (nº solicitudes)	35	24	35	48	30
– Convocatoria y adjudicación Premios Concurso de ideas tecnológicas para el comercio minorista (nº premios)	4	4	4	4	4
– Convocatoria y adjudicación Premios Concurso de ideas tecnológicas para el comercio minorista (nº premios)	55	192	55	100	100
– Informes ayudas al sector (nº informes)	100	238	100	150	100
– Difusión al sector ayudas y convocatorias (nº difusiones)	400	1.173	400	700	400
2. De medios					
– Cuantía presupuestaria destinada a Premios Nacionales de Comercio interior (miles de euros)	10	30	30	30	50
– Cuantía Concurso de ideas (miles de euros)	5	34	34	34	34
– Cuantía presupuestaria destinada a transferencia de capital (miles de euros)	2.027,50	1.772,90	2.027,50	2.027,50	2.027,50
– Cuantía presupuestada a estudios técnicos (miles de euros)	18	0	18	0	0

OBJETIVO

2. Ejecución, seguimiento y evaluación de las actuaciones de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España

INDICADORES	2020		2021		2022
	Presu- puestado	Realizado	Presu- puestado	Ejecución prevista	Presu- puestado
1. De resultados					
– Asistencia actos y jornadas (nº)	25	14	25	20	25
– Conferencias sectoriales (nº)	1	9	1	5	3
– Reuniones con el sector (nº)	10	39	20	10	20
– Comisión de seguimiento convenio Cámara España (nº)	6	10	6	6	6
– Comisión de seguimiento convenio FEMP	6	6	2	2	2
– Reuniones Observatorio 4,0 (nº)	4	2	4	1	4

OBJETIVO

3. Plataforma Comercio Conectado. Digitalización y Comercio Exterior

INDICADORES	2020		2021		2022
	Presu- puestado	Realizado	Presu- puestado	Ejecución prevista	Presu- puestado
1. De resultados					
– Plataforma comercio conectado (medidas)	0	0	1	1	1
– Generación y montaje casos sectoriales para la Plataforma Comercio Conectado (nº de informes)	0	0	3	2	0
– Evento digitalización y Comercio Exterior (nº de eventos)	0	0	1	0	0
– Suscripción base de datos Gartner (nº suscripciones)	0	1	1	0	0

INDICADORES	2020		2021		2022
	Presu- puestado	Realizado	Presu- puestado	Ejecución prevista	Presu- puestado
2. De medios					
– Plataforma comercio conec- tado (nº de personas)	0	0	3	3	3
– Generación y montaje casos sectoriales para la Plataforma Comercio Co- nectado (nº de personas)	0	0	3	3	3
– Evento digitalización y Comercio Exterior (nº de personas)	0	0	3	0	0
– Suscripción base de datos Gartner (nº de personas)	3	3	3	0	0
– Oficina de Gestión Proyecto comercio conectado	0	0	0	0	250

OBJETIVO
4. Normativa. Fomento nuevas tecnologías: Seguimiento regulación en materia de distribución comercial, asuntos comunitarios, Seguimiento y coordinación de la normativa autonómica, tutela de las Cámaras de Comercio, proceso electoral de las Cámaras y promoción del desarrollo tecnológico y nuevos hábitos de consumo

INDICADORES	2020		2021		2022
	Presu- puestado	Realizado	Presu- puestado	Ejecución prevista	Presu- puestado
1. De resultados					
– Participación en normas estatales y comunitarias (nº de informes)	300	300	400	450	450
– Informes de adaptación al orden constitucional de distribución de competen- cias de la normativa autonómica (nº de infor- mes)	300	300	300	300	300

INDICADORES	2020		2021		2022
	Presu- puestado	Realizado	Presu- puestado	Ejecución prevista	Presu- puestado
– Asistencia a reuniones, seguimiento transposición efectiva de la Directiva de Servicios, otras reuniones a nivel UE relacionadas, CMR, CIOA; CNPIC, Consejo Asesor AICA, Consejo de sistema arbitral Consumo, Grupo Interministerial actividades. Vulneradoras derechos propiedad industrial (nº de informes)	200	450	400	400	400
– Difusión de información comercial de interés general: calendarios de rebajas, aperturas y festivos (nº de actuaciones)	50	50	50	50	100
– Ejercicio de las funciones de tutela de las Cámaras Oficiales de Comercio (nº de actuaciones)	50	50	50	50	50
– Actividad parlamentaria (respuesta a proyectos de ley o proposiciones normativas, preguntas parlamentarias, etc.) (nº de actuaciones)	50	50	10	100	100
– Información relevante relacionada con COVID-19 (nº de consultas)	0	500	400	350	150
2. De medios					
– Personal implicado en los procesos normativos y en la elaboración de informes sobre adaptación desde el punto de vista constitucional de distribución de competencias de la normativa auto.	8	9	8	9	7

OBJETIVO

5. Nuevas tecnologías aplicables a la distribución comercial y Registros

INDICADORES	2020		2021		2022
	Presu- puestado	Realizado	Presu- puestado	Ejecución prevista	Presu- puestado
1. De resultados:					
– Seguimiento, análisis y fo- mento de nuevas tecnolo- gías aplicables a la distribu- ción comercial (nº actua- ciones)	0	0	0	0	0
– Gestión de Registros Espe- ciales de empresas franqui- ciadoras de ventas a distan- cia (nº altas/bajas)	0	0	0	0	0
– Consultas relativas a los extintos registros de ventas a distancia y franquiciado- res (nº de consultas)	10	10	10	10	10
2. De medios					
– Personal dedicado al estu- dio de las nuevas tecnolo- gías. aplicables a la distri- bución comercial (nº per- sonas)	0	0	0	0	0
– Personal dedicado a la gestión de los Registros Especiales (nº personas)	0	1	0	1	1
– Personal dedicado a la di- fusión de información co- mercial de interés general (nº personas)	5	3	5	3	3
– Personal implicado en la actualización y publicación de los datos obtenidos en los Registros a través de la Pág. Web de la DG (nº personas)	0	0	0	0	0