

## **PROGRAMA 763.A**

### **ORDENACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES**

#### **1. DESCRIPCIÓN**

Con la gestión de este programa se persigue una doble finalidad:

En primer lugar, tiene como objetivo el seguimiento de la situación económica internacional y del sector exterior, en particular. La recopilación de la documentación y la información sobre el sector exterior de la economía española y la realización de estudios y proyectos así como el análisis estratégico de la información comercial disponible.

En segundo lugar, trata de facilitar la evolución del sector de la distribución comercial hacia la modernización e innovación de las estructuras comerciales de forma que se produzca una adaptación paulatina a las necesidades y hábitos cambiantes de los consumidores. Para ello, se trata de dotar al sistema de la distribución comercial de la máxima transparencia, de una elevada productividad y profesionalidad y de unas reglas de competencia precisas para el ejercicio del conjunto de la actividad. Sin olvidar fomentar la adaptación del comercio tradicional a las nuevas tecnologías, estructuras empresarias y a las necesidades de los consumidores.

El programa es gestionado por la Dirección General de Política Comercial.

#### **2. ACTIVIDADES**

Para el ejercicio 2004, la Dirección General de Política Comercial trabajará básicamente en las siguientes líneas de actuación:

– Actuaciones en el ámbito del Sector Exterior: seguimiento del Sector Exterior de la Economía española y realización de un análisis estratégico del sector comercial a nivel internacional.

– Actuaciones en el ámbito del Comercio Interior: estudio y seguimiento del mercado interior y ordenación del sector de la distribución comercial, promoviendo

políticas directas de incentivo a la modernización, de incremento de la transparencia del mercado y de fomento de la competitividad empresarial en el sector.

Dentro de las actuaciones en el ámbito del Sector Exterior, se desarrollarán dos objetivos fundamentales:

\* Seguimiento de la situación económica internacional, de la situación del sector exterior y de la política comercial de terceros países, recopilación de la documentación y de la información del sector exterior de la economía española con el objetivo de realizar estudios y proyectos para mejorar la información comercial disponible, entre otros:

– Elaboración de informes sobre el comercio exterior español, en los que se analiza la evolución general del mismo, así como su estructura sectorial y geográfica.

– Elaboración del índice de tendencia de la competitividad-precios de las exportaciones españolas, tanto respecto a la Unión Europea como respecto a la OCDE.

– Realización de la Encuesta de Coyuntura de Comercio Exterior a un colectivo de más de 1000 empresas exportadoras.

– Elaboración del Informe sobre el Sector Exterior (libro verde) en el que se analiza el comercio exterior español, el turismo, la inversión directa, y la política comercial de cada año.

– Redacción de la Sección “En Portada” que aparece en el Boletín de Información Comercial Española sobre temas relacionados con la economía y el comercio, tanto nacional como internacional.

– Edición de la Revista de Economía de Información comercial Española dedicado a temas monográficos.

– Edición del Boletín de Información Comercial Española.

– Edición de los Cuadernos de Información Comercial Española.

\* Análisis estratégico de la información económica disponible desde el punto de vista del sector comercial a nivel internacional y de mercado europeo, para lo cual se impulsarán fundamentalmente:

– Análisis de la coyuntura económica internacional, con especial detenimiento en las áreas prioritarias del Plan de Internacionalización y en aquellas a las que mayoritariamente se dirigen los flujos comerciales de España.

– Seguimiento de la evolución de la cuota de mercado de España en los principales países destino de la exportación española. Evolución de la cuota de mercado de los principales competidores en dichos mercados.

– Análisis y seguimiento de la exportación española de servicios no asociados al turismo.

– Seguimiento de las actuaciones de la Secretaría de Estado para el cumplimiento de sus objetivos y, más concretamente, del Plan de Internacionalización. Evaluación de los objetivos fijados en el mismo.

Dentro de las actuaciones en el ámbito del Comercio Interior se desarrollarán los siguientes objetivos:

\* Respecto a las actuaciones de ordenación de la distribución comercial se quieren impulsar las siguientes líneas de actuación:

– Seguimiento y coordinación de la normativa autonómica en materia de distribución comercial, para supervisar la adecuación de las normas autonómicas al régimen de distribución de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas.

– Propuesta y elaboración de normas estatales para la ordenación de la distribución comercial, tanto para la transposición al ordenamiento español de las Directivas comunitarias en la materia como para el desarrollo de proyectos legislativos que se justifican sobre las bases de ordenación general de la economía, así como evaluación de la incidencia de otros proyectos normativos sectoriales (laborales, medioambientales, financieros, sanitarios...) sobre la actividad comercial.

- Participación activa en los foros de toma de decisiones para la ordenación del comercio en el ámbito de la Comunidad Europea y en los procesos de elaboración y discusión de las iniciativas normativas de las instituciones europeas que tienen incidencia en el ámbito de la distribución comercial.

- Mantenimiento, actualización permanente y publicación de los registros administrativos que a nivel estatal permiten, para determinadas modalidades de distribución comercial, un adecuado nivel de información (ventas a distancia, franquicias...).

- Mantenimiento y actualización de una base de datos de indicadores económicos relacionados con la distribución comercial así como el seguimiento del resto de información relevante sobre este sector, que permita un conocimiento detallado del mismo para posibilitar la toma de decisiones.

- Análisis y fomento de las nuevas tecnologías aplicables a la distribución comercial y, en especial, el comercio electrónico y las cuestiones relacionadas con tarjetas de pago.

- \* Mantener y promover la función del Observatorio de la Distribución Comercial como foro de debate, análisis e información del Sector Comercial.

- \* Dentro del objetivo de modernización del Comercio Interior destacan tres líneas de actuación básicas:

- Plan de Adecuación y Calidad del Comercio. Medidas de Calidad Integral. Ayudas a Comunidades Autónomas.

Tras la experiencia recogida durante los nueve años de aplicación del Plan Marco de Modernización del Comercio Interior, cuya vigencia acaba en el ejercicio 2003, se considera necesaria la reconversión del Plan en uno nuevo, para mejorar la calidad y sostenibilidad del comercio minorista español, incentivando la implantación de planes de gestión de calidad y de certificación de empresas minoristas.

El objetivo es implantar una Marca de Calidad de los establecimientos comerciales, poniendo a disposición del sector las pautas de gestión y comportamiento que esta marca debe llevar implícita. Esta Marca de Calidad debe ser única para toda España, evitando la proliferación de distintivos, de carácter autonómico, local o sectorial actualmente existentes que, generan confusión entre los consumidores. El aseguramiento de la calidad de gestión de las empresas comerciales hará más atractiva su oferta para el turismo que visita nuestras ciudades, aumentando, de esta forma, las rentas de la empresa minorista.

El proyecto de Norma ha sido realizado por la Dirección General de Política Comercial y aprobado por las Comunidades Autónomas en Mesa de Directores. Se pretende ahora la sensibilización de los empresarios y sus asociaciones, para la implantación paulatina de la Marca nacional de calidad, mediante el apoyo que deben conceder las Comunidades Autónomas, estimuladas a través de la cofinanciación de sus actuaciones desde el Ministerio de Economía.

Estas actuaciones de fomento de calidad en las empresas se integran en el PDR 2000-2006, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), dentro del Eje 1, Mejora de la Competitividad y Desarrollo del Tejido Productivo, medida 1, apoyo a las empresas industriales, comerciales y de servicios, por lo que se obtendrían los correspondientes retornos de las actuaciones realizadas.

– Plan de Adecuación y Calidad del Comercio. Medidas de Adecuación Espacial. Ayudas a Corporaciones Locales.

El nuevo Plan de Adecuación y Calidad del Comercio, que se pretende aplicar a partir del ejercicio 2004, pone de relieve la importancia de las corporaciones locales en la ordenación espacial del comercio y en el equilibrio armónico de la oferta comercial ante una demanda que empieza a dar síntomas de nuevos cambios y a la que resulta inadecuada la previsible distribución de la oferta comercial.

Se pretende con el nuevo Plan una más adecuada ordenación espacial de la oferta y una mejora del entorno físico en el que las empresas comerciales puedan instalarse, en aras a una mejora de las condiciones de competencia del mercado, poniendo

a disposición de los pequeños empresarios del sector espacios suficientemente atractivos para el desarrollo de su actividad, a través de los siguientes programas:

- Revitalización de Mercados Minoristas Municipales.
- Creación de Centros Comerciales Abiertos.
- Revitalización del tejido urbano comercial.
- Fomento del comercio rural.

Estas actuaciones se integran en el Plan de Desarrollo Regional 2000-2006, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), dentro del Eje 1, Mejora de la Competitividad y Desarrollo del Tejido Productivo, medida 3, provisión y adecuación de espacios productivos y de servicios a las empresas.

– Acciones en materia de formación e investigación, ejecutadas a través de las convocatorias de Becas de Colaboración con la Dirección General de Política Comercial, los Premios Nacionales de Comercio Interior a Ayuntamientos y a Asociaciones de Comerciantes, la contratación de diversos estudios relacionados con la distribución comercial y el mercado interior y la celebración de cursos encaminados a la formación de profesionales del comercio y a potenciar la formación del comerciante.

\* Para el conocimiento de la evolución de los precios de los principales bienes y servicios en distintos niveles de comercialización e incrementar el conocimiento de los mismos por el consumidor, promoviendo la transparencia de los mercados, se pretende potenciar:

- Seguimiento permanente de los precios de los principales bienes y servicios en sus distintos niveles de comercialización, que permita a las autoridades económicas una toma de decisiones adecuadas en materia de precios y mercados.
- Mejorar la eficacia de la Red de Información de Mercados a través de la implantación y desarrollo de una nueva aplicación informática que se

ocupará de la elaboración y transmisión de la información relativa a los precios de los bienes y servicios.

- Conseguir mayor calidad en la publicación y difusión de los precios obtenidos a través de los distintos medios de difusión, incluida la página web del Departamento.
- Establecimiento de previsiones a corto y medio plazo sobre la evolución de los precios, apoyadas en el conocimiento real de la situación de mercado.
- Continuar con la colaboración dentro del Plan Estadístico Nacional, en el cual para el cuatrienio 2001/2004 dentro del Sector Comercio Interior y Exterior están contenidas tres operaciones estadísticas (Información de Precios de Venta al Público de Productos Alimenticios, Información de Precios en la Cesión Mayorista de Productos Alimenticios Perecederos e Información de Precios de Venta al Público de Bienes o Productos no Alimenticios y Servicios). En la actualidad se está preparando el P.E.N. para el cuatrienio 2005/2008, en el cual siguen teniendo relevancia estas tres operaciones estadísticas.
- Cumplimiento de los compromisos contraídos con la U.E. sobre evolución de cotizaciones de productos que tengan OCM y/o provengan de terceros países, mediante comunicación diaria si hay transacción.

\* Ejercer la tutela atribuida al Departamento del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, de las Cámaras de Comercio de Ceuta y de Melilla y de ciertos colectivos comerciales, como Agentes Comerciales y Titulares Mercantiles.

### 3. OBJETIVOS E INDICADORES DE SEGUIMIENTO

#### OBJETIVOS:

**1. Coordinación de la política comercial en colaboración con otros órganos de la Administración, seguimiento de las actuaciones de la Secretaría de Estado de Comercio y supervisión del grado de cumplimiento de sus objetivos fijados y análisis estratégico de la información económica desde el punto de vista del sector comercial a nivel internacional y de mercado interior europeo.**

INDICADORES	MAGNITUD	Realizado	Presupuestado	
		2002	2003	2004
1. Coordinación intra e interdepartamental en materia de política comercial.	Nº reuniones con otros centros directivos	5	4	4
2. Elaboración de estudios e informes sobre política comercial internacional y de mercado interior europeo.	Número de Informes	20	25	25
3. Análisis de los principales indicadores económicos nacionales e internacionales.	Número de Informes	15	30	30
4. Análisis y evaluación de las actuaciones en materia de política comercial.	Número de Estudios	-	1	1

**2. Seguimiento de la situación económica internacional, de la situación del sector exterior y de la política comercial de terceros países.**

INDICADORES	MAGNITUD	Realizado	Presupuestado	
		2002	2003	2004
1. Elaboración informe sobre el comercio exterior español.	Número de informes	12	12	12
2. Elaboración índice de tendencia de la competitividad-precios de las exportaciones españolas.	Número de Índices	12	12	12
3. Realización Encuestas de Coyuntura de Comercio Exterior.	Número de Informe	4	4	4
4. Realización Informe sobre el Sector Exterior.	Número de Informe	1	1	1
5. Elaboración de "En Portada".	Número de Publicaciones	38	38	38
6. Revista de Economía de Información comercial Española.	Número de Publicaciones	8	8	8
7. Edición del Boletín de Información Comercial Española.	Número de Ediciones	38	38	38
8. Edición de los Cuadernos de Información Comercial Española.	Número de Ediciones	1	1	1

**3. Elaboración y propuesta de normas, acciones para la coordinación y desarrollo del comercio interior, seguimiento, análisis y fomento de las nuevas tecnologías aplicables a la distribución comercial y registro, control y seguimiento de aquellas modalidades de comercialización de carácter especial.**

INDICADORES	MAGNITUD	Realizado	Presupuestado	
		2002	2003	2004
1. Participación en procesos normativos estatales y comunitarios.	Nº Disposiciones legales	70	70	70
2. Informe sobre la adaptación desde el punto de vista del orden constitucional de distribución de competencias de la normativa autonómica.	Número de Informes	500	500	500
3. Actuaciones de seguimiento, análisis y fomento de las nuevas tecnologías aplicables a la distribución comercial.	Número de Actuaciones	100	100	100
4. Gestión de los Registros Especiales de empresas franquiciadoras, de empresas de ventas a distancia y de entidades centrales de distribución de productos alimenticios perecederos.	Número de Actuaciones	300	300	300
5 Actualización y publicación de los datos obtenidos en lo Registros a través de la Página Web de la D.G.	Número de Publicaciones	52	52	52
6. Difusión de información comercial de interés general : disposiciones estatales y autonómicas de comercio interior, regulación de horarios comerciales, calendarios de rebajas y de aperturas y festivos.	Número de Publicaciones	52	52	52

**4. Apoyo técnico y financiero necesarios para el desarrollo del sector comercial, asistencia técnica a las CC.AA. y cooperación internacional en relación con estas líneas de acción. Estudios sobre la distribución comercial y las estructuras comerciales.**

INDICADORES	MAGNITUD	Realizado	Presupuestado	
		2002	2003	2004
1. Reuniones con representantes de CC.AA. para el seguimiento y coordinación de las actuaciones realizadas para el desarrollo del Comercio Interior.	Número de Reuniones	14	16	16
2. Convocatoria y adjudicación de los Premios Nacionales de Comercio Interior a Ayuntamientos y al pequeño comercio	Número de Premios	6	6	6
3. Convocatoria y concesión de las Becas de colaboración con la Dirección General de Política Comercial y seguimiento y formación de los becarios.	Número de Becas	4	4	4
4. Elaboración de Estudios Técnicos e Informes de Investigación en relación con la distribución comercial.	Número de Informes	7	10	10
5. Otros Informes.	Número de Informes	93	100	100
6. Diseño y organización de cursos de formación sobre distribución comercial.	Número de Cursos	3	5	8
7. Cofinanciación de ayudas concedidas por CC. y ciudades autónomas a CC.LL., pequeños y medianos comerciantes y asociaciones empresariales en desarrollo de los programas específicos del PMM.	Número Proyectos financiados	2.391	2.500	500
8. Cofinanciación de ayudas a Corporaciones Locales.	Número Proyectos financiados	-	-	250
9 Participación Foros Internacionales sobre Comercio Interior y transmisión y coordinación con las CC.AA. sobre esta materia.	Número de Reuniones	8	8	8

**5. Desarrollar y mantener la información que permita el seguimiento permanente de los precios de los principales bienes y servicios en los distintos niveles de comercialización.**

INDICADORES	MAGNITUD	Realizado	Presupuestado	
		2002	2003	2004
1. Desarrollar y mantener una Red de información permanente sobre los precios de los principales bienes y servicios en los distintos niveles de comercialización	Punto de información	28	28	29
2. Previsiones a corto y medio plazo sobre la evolución futura de los precios mediante estimación directa	Nota	36	36	36
3. Informe semanal, en todos los campos que sea necesario, sobre la evolución sistemática y coyuntural del mercado, elevándoselos a las autoridades económicas y/o responsables, así como evaluación de la incidencia de posibles variaciones de precios o tarifas	Informe	364	364	364
4. Elaborar informes, con periodicidad mínima semanal, en base a los datos obtenidos de la Red, con difusión lo más amplia posible, de forma que se colabore en el conocimiento del mercado y en la transparencia del mismo	Informe	1.284	1.284	1.284
5. Cumplir los compromisos contraídos con la U.E. sobre evolución de cotizaciones de productos que tengan OCM y/o provengan de terceros países, mediante comunicación diaria si hay transacción	Transmisión	312	312	312
6. Cumplir los compromisos adquiridos y aceptados por el plan Estadístico Nacional (PEN)	Cuadernillos	116	116	116
7. Consolidar una base de datos, establecer las vías de acceso a la misma (Internet, etc.) tanto de las distintas Administraciones, como de las operaciones de mercado, directos y de segundo nivel	Base de datos actualizada y en expansión	3	3	3