

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



ÍNDICE

EL PLAN INTEGRAL DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2017.....	4
LÍNEAS DEL PLAN DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MINORISTA DE ESPAÑA 2017.	7
LÍNEA 1.-INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL COMERCIO.	8
— <i>PROGRAMA DE ASESORAMIENTO PARA LA INNOVACION COMERCIAL.</i>	<i>8</i>
— <i>ACTIVIDADES COLECTIVAS DIVULGATIVAS DE INNOVACIÓN.</i>	<i>9</i>
— <i>PROGRAMA DE AYUDAS A LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS CLOUD COMPUTING.</i>	<i>10</i>
— <i>PROMOVER LA APERTURA DEL CANAL ON-LINE EN EL COMERCIO. ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN Y AYUDAS PARA IMPULSAR LA ECONOMÍA DIGITAL.</i>	<i>12</i>
— <i>PREMIOS NACIONALES DE COMERCIO INTERIOR.</i>	<i>13</i>
— <i>PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA.</i>	<i>14</i>
— <i>SELLO DE CALIDAD PARA LIBRERÍAS.</i>	<i>15</i>
— <i>AYUDAS A LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO DEL SECTOR DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA.</i>	<i>16</i>
— <i>GENERACION DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS EN EL COMERCIO MINORISTA.</i>	<i>16</i>
LÍNEA 2.- MODERNIZACIÓN DE CENTROS COMERCIALES ABIERTOS, MERCADOS MUNICIPALES Y ESTRUCTURAS COMERCIALES.....	18
— <i>MEJORA DE MERCADOS MUNICIPALES.....</i>	<i>18</i>
— <i>PROGRAMA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES EN ZONAS DE GRAN AFLUENCIA TURÍSTICA Y MUNICIPIOS CON LIBERTAD DE APERTURA.</i>	<i>18</i>
— <i>AYUDA PARA LA REVALORIZACIÓN CULTURAL Y MODERNIZACIÓN DEL SECTOR DEL LIBRO.</i>	<i>21</i>
— <i>AYUDAS PARA EL FOMENTO DE LA ACTIVIDAD EN EL SECTOR COMERCIAL Y CORRECCIÓN DE DESEQUILIBRIOS ECONÓMICOS INTERTERRITORIALES.</i>	<i>21</i>
— <i>APOYO AL COMERCIO MINORISTA A TRAVÉS DEL DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE.</i>	<i>23</i>
LÍNEA 3.- APOYO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	24
— <i>FONDOS DE FINANCIACIÓN DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y ENTIDADES LOCALES.</i>	<i>24</i>
— <i>LÍNEAS DE CRÉDITO ICO PARA PYMES.</i>	<i>26</i>
— <i>AYUDAS PARA LA REHABILITACIÓN ENERGÉTICA DE EDIFICIOS.</i>	<i>29</i>
— <i>REAFIANZAMIENTO DE AVALES.</i>	<i>30</i>
— <i>LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN (ENISA).</i>	<i>30</i>
LÍNEA 4.- PROMOCIÓN COMERCIAL.	31
— <i>CAMPAÑAS DE DINAMIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES ÁREAS COMERCIALES Y SECTORES COMERCIALES. ...</i>	<i>31</i>
— <i>CAMPAÑA DE MERCADOS EN NAVIDAD: VEN A TU MERCADO/MERCADOS EN RED.....</i>	<i>32</i>
— <i>CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN.</i>	<i>34</i>

— PROGRAMAS DE INCENTIVOS SECTORIALES. Plan de Impulso a la Movilidad con Vehículos de Energías Alternativas (Plan MOVEA 2017).	35
LÍNEA 5.-APOYO AL EMPRENDEDOR.	36
— EMPRENDE EN 3.....	36
— PORTAL PYME.	37
— PROGRAMA DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO FEMENINO (PAEM).	37
— PLAN PARA LA PROMOCIÓN DE LAS MUJERES DEL MEDIO RURAL.	38
— ACCIONES DE DIFUSIÓN DE LA OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS Y DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES Y DEL LIBRO.	39
— PROYECTO CEVIPYME.	40
— ACCIONES LEGISLATIVAS DE APOYO A AUTÓNOMOS Y EMPRENDEDORES.....	41
LÍNEA 6.- COMERCIO Y TURISMO.	42
— POTENCIACIÓN DE ESPAÑA COMO DESTINO DE TURISMO DE COMPRAS EN EL EXTERIOR.	42
— PROCEDIMIENTO DE DEVOLUCIÓN DEL IVA A VIAJEROS (DIVA).....	43
— AGILIZACIÓN CONCESIÓN DE VISADOS.	44
— RUTAS EN PORTALES.....	45
LÍNEA 7.-SEGURIDAD.....	46
— PLAN PARA LA MEJORA DE LA SEGURIDAD EN EL SECTOR DEL COMERCIO DE LA POLICÍA NACIONAL.	46
— PLAN PARA LA MEJORA DE LA SEGURIDAD EN EL COMERCIO DE LA GUARDIA CIVIL.....	53
— SEGURIDAD DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.	57
LÍNEA 8.- MEDIDAS LEGISLATIVAS DE IMPULSO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DE ELIMINACIÓN DE BARRERAS.	59
— SEGUIMIENTO MEDIDAS LEGISLATIVAS.....	59
— EVOLUCIÓN DE LAS ZONAS DE GRAN AFLUENCIA TURÍSTICA.....	61
— SEGUIMIENTO DE LAS MEDIDAS DE INCREMENTO DE LA COMPETENCIA EN EL SECTOR DE LOS HIDROCARBUROS.....	62
LÍNEA 9.-INTERNACIONALIZACIÓN.	64
— PROGRAMA ICEX NEXT.	64
— VENTANA GLOBAL.....	64
— SERVICIOS PERSONALIZADOS.....	65
— MERCADOS ELECTRÓNICOS.	65
LÍNEA 10. FORMACIÓN Y EMPLEO.....	66
— PROGRAMA DE FORMACIÓN DE AGENTES COMERCIALES.	66
— SISTEMA NACIONAL DE GARANTÍA JUVENIL.	67
— PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA EL EMPLEO JUVENIL EN LA ECONOMÍA DIGITAL.	68
— APOYO A PROGRAMAS FORMATIVOS EN ECONOMÍA DIGITAL.	69
— FORMACIÓN SECTORIAL. Proyecto E-FishNet.	70
— FORMACION PROGRAMADA POR LAS EMPRESAS Y PLANES DE FORMACIÓN.	71

—	<i>FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL EN LA EMPRESA.....</i>	<i>72</i>
—	<i>ESTUDIO DE DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES FORMATIVAS.</i>	<i>73</i>
—	<i>TITULACIONES DE FORMACIÓN DE LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING.....</i>	<i>76</i>
—	<i>CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD.</i>	<i>76</i>
—	<i>FORMACIÓN EN EXPERIENCIA DE CLIENTE. (CUSTOMER EXPERIENCE).....</i>	<i>78</i>
—	<i>BONIFICACIÓN EN LAS CUOTAS EMPRESARIALES A LA SEGURIDAD SOCIAL.....</i>	<i>78</i>
—	<i>CONTRATO DE TRABAJO POR TIEMPO INDEFINIDO DE APOYO A LOS EMPRENDEDORES.</i>	<i>79</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 y facilitando su acceso a otros mercados.

Estas actuaciones se desarrollan en colaboración y dentro de las competencias asignadas a cada entidad colaboradora, participando en 2017 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.

Las medidas contenidas en el Plan 2017 fueron informadas en Conferencia Sectorial de Comercio Interior en su sesión de 21 de abril de 2017, y aprobado por Consejo de Ministros el 8 de septiembre.

LA SITUACIÓN DEL SECTOR.

El comercio es un sector estratégicamente muy importante, supone el **12% del PIB** total de la economía española. **El comercio minorista** en concreto constituye por sí solo el **5,1% del PIB total**.

El **número de empresas de comercio asciende a 753.169**, el **23% del total de empresas** en España según los últimos datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de enero de 2017. Las **458.169 empresas del comercio minorista** suponen el **14,0% del total de empresas** de la economía española. Respecto a la tipología de las empresas del comercio atendiendo únicamente al estrato de asalariados, en enero de 2017, un 50% de las empresas no presenta asalariados; un 46,5% son microempresas entre 1 y 9 asalariados; un 3,3% son pequeñas o medianas empresas y el 0,1% son grandes empresas de más de 200 asalariados.

En el sector del comercio hay **921.747 establecimientos**, que suponen el 24,9% del total de establecimientos. 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 2017 un **2,4%**, siendo el tercer año consecutivo en el que el gasto en consumo final de los hogares tiene tasas de crecimiento anual positivas (en el 2015 creció un 2,8% y en 2016 un 3,2%), después de tres años con tasas anuales negativas.

El Índice de Comercio Minorista (ICM) es un indicador clave para el seguimiento de la actividad comercial. **En el año 2017, las ventas minoristas han aumentado un 1,2%** respecto al año anterior encadenando **4 años consecutivos de crecimiento**. En 2016 las ventas aumentaron un 3,7% interanual a precios constantes, en 2015 un 3,6% y en 2014 un 0,9%.

Según el **Índice de Ocupación** que publica el INE, el empleo en el sector del comercio minorista **aumentó un 1,2% en diciembre de 2017** en relación al mismo mes del año 2016, registrando su **cuadragésimo cuarto repunte interanual consecutivo** desde mayo de 2014, tras 31 meses de descensos. Por modos de distribución, el empleo en diciembre en tasa interanual aumentó en

todos los formatos: grandes cadenas (4,0%), grandes superficies (2,8%), empresas unilocalizadas (0,9%) y pequeñas cadenas (-0,1%).

Los buenos datos de las ventas se manifiestan también en el comercio electrónico que mantiene tasas de crecimiento importantes desde hace años. Según los datos proporcionados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en el segundo trimestre de 2017 **el comercio electrónico supera en España los 7.388 millones de euros**, lo que supone un 23,4% más que en el mismo trimestre de 2016. Los sectores de actividad con mayores ingresos han sido las agencias de viajes y operadores turísticos, con el 14,4% de la facturación total; el transporte aéreo, con el 11,9% y las prendas de vestir, en tercer lugar, con el 5,4%.

Los buenos datos de las ventas se ven corroborados por los de la afiliación a la Seguridad Social. En febrero de 2018, el **número de afiliados a la Seguridad Social del comercio alcanzó 3.142.397**, 42.518 más que en el mismo mes del año anterior (+1,4% interanual). **En el comercio minorista** alcanzó los **1.848.232**, 17.962 más que en el mismo mes del año anterior (+1,4% interanual), siendo ya **49 meses consecutivos de aumentos interanuales** (desde febrero de 2014).

El **paro** registrado en el comercio en febrero de 2018 **descendió un 6,5% con respecto al mismo mes de año anterior (33.891 parados menos)**, en el comercio minorista descendió un 5,8% en febrero de 2018 con respecto al mismo mes del año anterior **(20.316 parados menos)**. El comercio minorista registra la **quincuagésima primera caída interanual consecutiva del paro registrado** (caídas interanuales todos los meses desde diciembre de 2013). En el sector del comercio el paro registrado descendió un 6,5% y en el total de la economía un 7,5%.

En el año 2017 llegaron **81,8 millones de turistas internacionales**, un 8,6% más que en el mismo periodo de 2016.

En el 2017, el **gasto total realizado por los no residentes ascendió a 86.823 millones de euros**, un 12,2% más que en el mismo periodo de 2016.

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.

PROGRAMA DE ASESORAMIENTO PARA LA INNOVACION COMERCIAL.

Se lleva a cabo en el marco del convenio de colaboración suscrito entre la Secretaría de Estado de Comercio y la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España en el ejercicio 2017, destinando 1,6 millones de euros para esta actuación.

Se realiza 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**.

Estas acciones están dirigidas a impulsar a las pymes para que mejoren su grado de digitalización, adaptándose a los nuevos desarrollos tecnológicos y hábitos de consumo.

En 2017 se han llevado a cabo **913 asesoramientos** para la innovación comercial, con la siguiente distribución por comunidades autónomas:

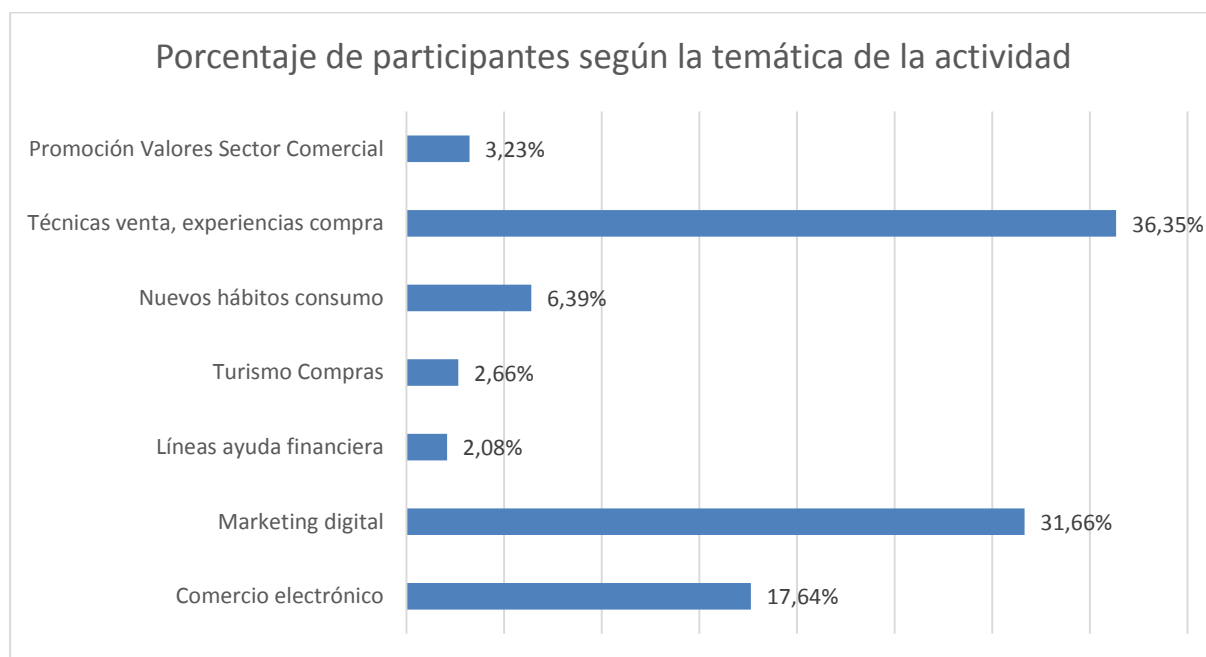
	LÍNEA DIAGNOSTICO INNOVACIÓN COMERCIAL
	DIAGNÓSTICOS (Nº BENEFICIARIOS)
Andalucía	169
Castilla y León	92
Castilla - La Mancha	63
Cataluña	162
Ciudad Autón. Ceuta	9
Comunidad de Madrid	45
Comunidad Foral de Navarra	12
Comunidad Valenciana	136
Extremadura	14
Galicia	68
Principado de Asturias	41
País Vasco	97
Región de Murcia	5
TOTAL	913

ACTIVIDADES COLECTIVAS DIVULGATIVAS DE INNOVACIÓN.

Se lleva a cabo también a través de las Cámaras de Comercio en el marco del convenio de colaboración, destinando 0,9 millones de euros para esta actuación

Las actividades colectivas divulgativas de innovación y de capacitación tienen como finalidad **incentivar y mejorar la capacidad de las pymes comerciales en diferentes áreas o materias estratégicas.**

En 2017 se han llevado a cabo **601 actividades** que han contado con **11.214 participantes**, con los siguientes contenidos y distribución por comunidades autónomas:



	Nº ACTIVIDADES DIVULGATIVAS	Nº PARTICIPANTES
Andalucía	61	1.542
Aragón	53	794
Canarias	35	656
Cantabria	20	188
Castilla y León	12	266
Castilla - La Mancha	45	643
Cataluña	56	1.065
Ciudad Autón. Ceuta	3	78
Comunidad de Madrid	28	590
Comunidad Foral de Navarra	18	274
Comunidad Valenciana	111	1.930
Extremadura	8	209
Galicia	8	273
Islas Baleares	53	1.017
La Rioja	18	248
País Vasco	16	323
Principado de Asturias	17	407
Región de Murcia	39	711
TOTAL	601	11.214

PROGRAMA DE AYUDAS A LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS *CLOUD COMPUTING*.

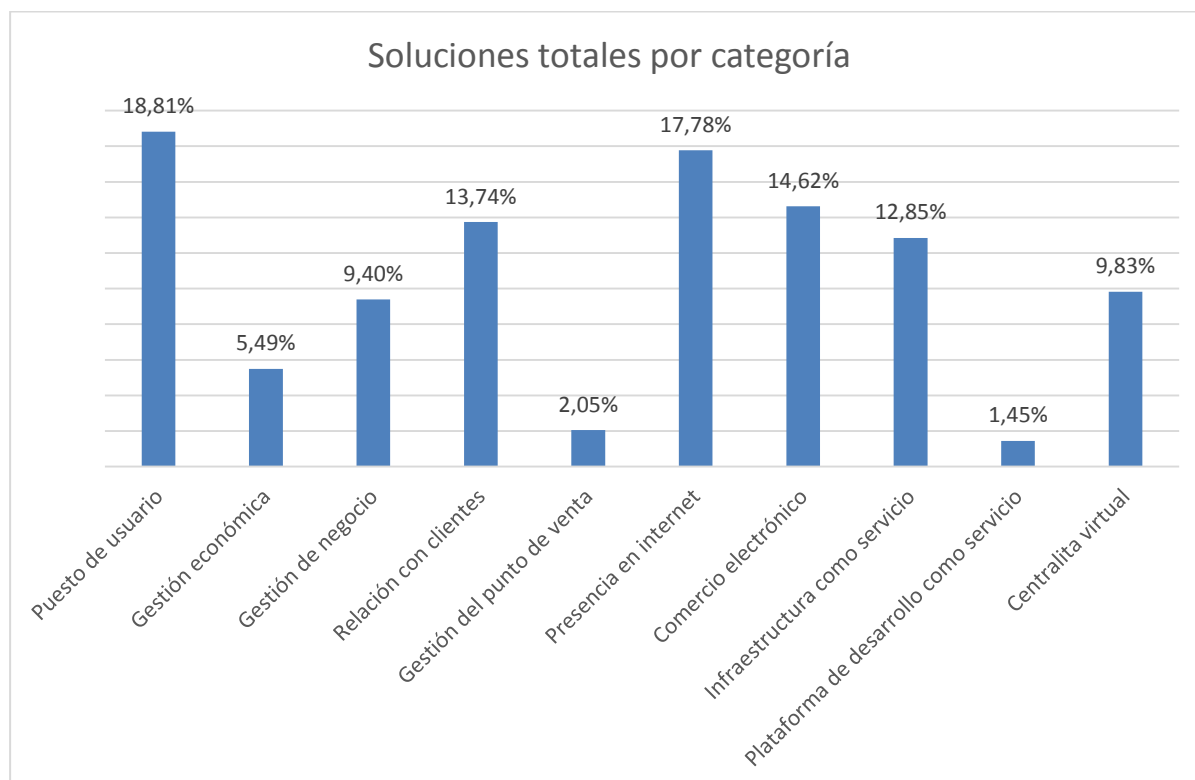
Para favorecer el uso de soluciones cloud entre pymes y autónomos, Red.es lanzó el **Programa de fomento de la demanda de soluciones Cloud Computing para pyme y autónomos** convocado el 19 de agosto de 2015 mediante Resolución de 31 de julio. Este Programa promueve la adopción de soluciones empresariales 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.

Dotado con 40 millones de euros territorializados en función de la disponibilidad de Fondos FEDER, estas ayudas consisten en la **disponibilidad de servicios de soluciones empresariales por**

un periodo de 9 meses. Los solicitantes pueden elegir entre las soluciones existentes en un catálogo, agrupados en diez categorías.

El plazo de presentación de solicitudes estuvo vigente desde el 18 de mayo hasta el 8 de junio de 2016, recibándose un total de 5.419 solicitudes (más de 48 millones de euros solicitados). El 8 de septiembre de 2017 se publicó resolución de 23 de agosto, con la relación definitiva de **2.259 pymes beneficiarias**, concediéndose un **presupuesto de ayudas de algo más de 20 millones de euros**. A partir de septiembre de 2017 comenzó el periodo para la puesta en marcha, ejecución y justificación de las ayudas, cuyo plazo de finalización está previsto para finales de 2018.

En el siguiente gráfico se recoge la distribución por categorías entre el total de las pymes beneficiarias. Se observa como las soluciones de la categoría “Presencia en Internet” ha sido la más demanda, seguida de cerca de las categorías de “Comercio Electrónico” y “Relación con clientes”.



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

Con la idea de impulsar e incentivar el proceso de transformación digital en pymes y autónomos, **Red.es** ha desarrollado **programas de fomento de la sociedad de la información** en España, acordes con las necesidades de las pymes, para promover dicha transformación digital, tanto a través de **agentes digitales y oficinas de transformación digital**, como mediante **ayudas directas**.

Así, durante 2017, Red.es ha lanzado los **programas de Asesores Digitales y de Oficinas de Transformación Digital**, cuyas bases fueron publicadas con fecha 20 de noviembre de 2017. Cada uno de estos programas está dotado con un presupuesto de 5 millones de euros, y cuentan con la cofinanciación del Fondo FEDER, a cargo del Programa Operativo de Crecimiento Inteligente.

Se han celebrado Jornadas Informativas para los dos programas, mostrando un gran interés por parte de asociaciones, colegios profesionales, empresas y autónomos: 12 de diciembre 2017 en el auditorio de Red.es, el 17 de diciembre de 2017 en Málaga, Murcia y Ministerio de Agricultura.

Por otra parte, el objetivo del programa de **Asesores Digitales** es impulsar la transformación digital de las pymes a través de ayudas dinerarias para la contratación de servicios de asesoramiento personalizado por parte de entidades especializadas que actuarán como asesores para la digitalización de sus procesos (gestión del negocio, relación con terceros, comercio electrónico, digitalización de servicios y soluciones), incluyendo un diagnóstico del estado previo, contribuyendo así a la mejora de su productividad y competitividad.

Para ello se ha elaborado un **Registro de Asesores** que está a disposición de las pymes beneficiarias con el objetivo de que las seleccionen para la prestación de los servicios de asesoramiento personalizado. La solicitud de adhesión a este Registro se abrió a finales de

noviembre de 2017. Red.es aportará entre un 50 y un 80% del coste del servicio, el resto correrá a cargo del beneficiario.

El programa de **Oficinas de Transformación Digital** tiene como objetivo impulsar la creación y consolidación de Oficinas de Transformación Digital (OTDs) para difundir la necesidad y ventajas del proceso de digitalización de la empresa española y el emprendimiento digital, con un máximo de 50 unidades repartidas por todo el país. Las entidades beneficiarias para la gestión de las OTDs serán asociaciones profesionales o colegios profesionales, que prestarán servicio al sector en el que declaren su actividad (grupos A-U según el INE), para fortalecer el ecosistema de soporte a los emprendedores en el ámbito digital y a la pyme en materia TIC, mediante servicios de difusión, acciones de sensibilización y dinamización en los procesos de transformación digital, así como servicios de apoyo, atención y resolución de consultas sobre las soluciones y metodologías para mejorar su gestión en el uso de las TIC, ayudándoles a mejorar y optimizar sus procesos y por tanto su productividad y competitividad.

Cuenta con un presupuesto de 5 millones de euros que se distribuirá entre entidades que desarrollen un plan de actuaciones durante un periodo de un año, siendo el importe mínimo de la ayuda de 100.000 euros por cada entidad beneficiaria y el máximo de 200.000 euros, cofinanciando la entidad gestora un mínimo del 20% del presupuesto subvencionable para la prestación de los servicios al Sector de actividad al que pertenezca.

PREMIOS NACIONALES DE COMERCIO INTERIOR.

El Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, convocó mediante la Orden EIC, de 22 de marzo de 2017, una nueva edición de los **Premios Nacionales de Comercio Interior**. Éstos están dirigidos a reconocer la labor de **ayuntamientos**, por su implicación en la renovación urbana y de equipamientos comerciales; el **pequeño comercio**, por sus esfuerzos en el desarrollo comercial, modernización e innovación empresarial sin perder su singularidad; y **centros comerciales abiertos** que centran sus energías en el asociacionismo, potenciación de

sus órganos gerenciales, puesta en marcha de servicios tecnológicos, mejora de la imagen común de la calidad, y en general a toda acción dirigida a la promoción y dinamización del propio centro comercial. Los premios fueron adjudicados por Orden de 26 de octubre de 2017.

El 19 de enero de 2018, la Secretaria de Estado de Comercio hizo entrega de los Premios Nacionales de Comercio Interior 2017. Este año los premiados en las distintas categorías han sido:

- El Ayuntamiento de Badajoz
- La Asociación de Pequeños y Medianos Empresarios y comerciante de Villena y comarca, en la modalidad de Centro comercial abierto.
- La Cooperativa agrícola y Ramadera de Menorca. Farmers and Co. En la modalidad de pequeño comercio.

Además, se concedieron seis accésit y doce menciones.

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA.

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 las acciones que favorezcan la difusión, conocimiento y promoción de nuestros alimentos y la gastronomía.

La Orden de 20 de julio de 2017 del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente convoca los Premios Alimentos de España para el año 2017. Estos premios, incluyen diferentes modalidades como: Industria Alimentaria y Accésit a la Iniciativa Emprendedora,

Producción Ecológica, Internacionalización Alimentaria, Producción de la Pesca y de la Acuicultura, Comunicación, Restauración y Premio Extraordinario Alimentos de España.

Por la Orden APM/127/2018, de 29 de enero, se concede el Premio Alimentos de España del año 2017. Entre los premiados y accésit de esta edición se encuentran pequeños comercios como:

- Destilería SIDERIT S.L., micro-destilería cántabra que ha recibido el accésit Alimentos de España a la Iniciativa Emprendedora, en la modalidad Industria Alimentaria.
- Cárnicas Tabladillo S.L., empresa segoviana de reducido tamaño que ha conseguido el Premio Alimentos de España a la Internacionalización Alimentaria.
- Federación Madrileña de Detallistas de la Carne (FEDECARNE), en la categoría de Premios Alimentos de España a la Comunicación.
- En cuanto a la categoría de Premio a Alimentos de España a la Producción de la Pesca y de la Acuicultura, en esta última edición ha sido galardonado el Puerto de Celeriro S.A. por su trabajo en la producción, elaboración y en la comercialización, ofreciendo al consumidor productos de calidad con métodos y tecnologías avanzadas y respetuosas con el medio ambiente.

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, crearon 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.**

En 2017 se han concedido **26 nuevos Sellos de Calidad para librerías**, siendo actualmente 70 librerías las que cuentan con este distintivo.

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

En este sentido, la Secretaría General de Pesca lanzó el **Plan Estratégico de Innovación y Desarrollo tecnológico 2014-2020**; con el que se busca, en el ámbito del comercio, mejorar 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.

El Comité de Seguimiento del Plan Estratégico, en colaboración con la plataforma Española de la Pesca y de la Acuicultura, inició en 2017 una actualización del Plan con el fin de incorporar las necesidades innovadoras y tecnológicas.

Además, la Secretaría General de Pesca ha finalizado el **Proyecto “Categorización objetiva de frescura de merluza en primera venta”** con un importe de 31.565,41 euros.

GENERACION DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS EN EL COMERCIO MINORISTA.

Con el fin de conseguir **desarrollos de *software*, *hardware* o *sensing* aplicables a negocios propios de la actividad comercial minorista**, el 30 de noviembre de 2017, la Secretaria de Estado de Comercio firmó un convenio con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y con el Banco Santander para poner en funcionamiento el **Primer Concurso de Ideas Tecnológicas para el Comercio Minorista**, con el que se busca aunar tecnología y actividad

comercial minorista, aportando soluciones tecnológicas innovadoras a la actividad empresarial del comercio minorista.

Mediante la Resolución de 25 de enero de 2018, de la Secretaría de Estado de Comercio, se aprueba y convoca el “I Concurso de Ideas Tecnológicas para el Comercio Minorista”. Las soluciones que se aporten mediante el concurso de ideas han de ser incorporables en cualquiera de los procesos propios de la actividad comercial minorista, y está dirigido a toda persona física mayor de 18 años con residencia legal en España, y a las personas jurídicas, con domicilio fiscal en España, cuyo perfil esté relacionado con profesionales o empresarios con experiencia en el sector comercial; emprendedores y *Startups*; técnicos municipales de las áreas de modernización, consumo y comercio, etc.; estudiantes de grado de carreras técnicas y/o formación profesional: informática, telecomunicaciones, ingeniería y estudiantes de otras disciplinas universitarias, y desarrolladores de *software*, *apps*, etc.

Esta convocatoria consta de tres categorías de concurso a las que se pueden presentar propuestas de ideas orientadas a la tecnificación de los negocios comerciales con venta presencial; a la tecnificación de las empresas que gestionen dos canales, el canal presencial y el canal *on line* para comercializar sus productos; y a dotar de soluciones tecnológicas las áreas comerciales urbanas, los establecimientos comerciales colectivos y/o los mercados de los municipios españoles.

De entre todas las propuestas recibidas, se seleccionarán tres en base a los criterios de valoración establecidos en la Resolución. Cada idea premiada recibirá 750 euros, excepto la que obtenga la mayor puntuación por el jurado calificador, que recibirá 1.500 euros.

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

MEJORA DE MERCADOS MUNICIPALES.

La Secretaría de Estado de Comercio realiza una encomienda de gestión a MERCASA para la elaboración de estudios técnico -comerciales y de viabilidad económica para la **modernización y mejora de los mercados municipales localizados en áreas comerciales urbanas**

En el año 2107, con un presupuesto de 77.500 euros se han realizado 5 estudios para modernizar mercados que beneficiarán a 204 comercios en los mercados de: Mercado del Arenal en Sevilla, Mercado de Méjico en Santander, Mercado de La Antigua en Guadalajara, Mercado de Palencia y Mercado de San Juan de Alicante.

PROGRAMA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES EN ZONAS DE GRAN AFLUENCIA TURÍSTICA Y MUNICIPIOS CON LIBERTAD DE APERTURA.

Este Programa concede ayudas en convocatoria abierta para la realización de proyectos de inversión e incorporación de soluciones tecnológicas destinadas a la revitalización comercial, ya sea de áreas comerciales urbanas que cuenten con una elevada concentración de actividades comerciales minoristas, o de equipamientos comerciales singulares que impliquen la remodelación de mercados de abastos y mercados municipales; los proyectos deben estar ubicados en Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGAT) o municipios con régimen de libertad de apertura.

La convocatoria de ayudas se publicó en el BOE número 127, de 29 de mayo de 2017, resolviéndose por acuerdo de la Comisión de Seguimiento del convenio de colaboración

suscrito entre la Secretaría de Estado de Comercio y la Cámara de Comercio de España (BOE número 217 de 12 de septiembre), adjudicar ayudas a 11 proyectos de inversión por importe de 876.361,69 €, que han generado una inversión inducida de 1.662.521,28 € ya han beneficiado a 870 comercios de forma directa.

	LÍNEA PROYECTOS SINGULARES			
	Nº PROYECTOS	Nº BENEFICIARIOS	IMPORTE AYUDA	INVERSIÓN INDUCIDA
Andalucía	3	275	266.419,57 €	391.305,83 €
Aragón	1	29	22.568,00 €	80.218,38 €
Castilla - La Mancha	1	100	38.834,60 €	48.834,60 €
Cataluña	3	319	75.586,44 €	204.798,14 €
Comunidad Valenciana	2	111	194.496,50 €	589.293,60 €
Galicia	1	36	278.456,58 €	348.070,73 €
TOTAL	11	870	876.361,69 €	1.662.521,28 €

Andalucía

- Modernización de las instalaciones en los mercados de abastos de El Arenal y Feria de Sevilla para mejorar el confort climático en ambos mercados**
 - Inversión inducida: 65.428,29 €
 - Ayuda concedida: 52.342,63 €
 - Comercios en la zona de actuación: 165
- Modernización de las instalaciones del mercado temporal de la Plaza de las Carabelas (La Antilla, Lepe)**
 - Inversión inducida: 177.254,37 €
 - Ayuda concedida: 95.178,40 €
 - Comercios en la zona de actuación: 40
- Adecuación y peatonalización del Centro Comercial Abierto de Vera (Almería), 2ª fase**
 - Inversión inducida: 148.623,17 €
 - Ayuda concedida: 118.898,54 €
 - Comercios en la zona de actuación: 70

Aragón

4. Mejora del acceso y dotación de aparcamientos de la zona comercial de Graus (Huesca)

- Inversión inducida: 80.218,38 €
- Ayuda concedida: 22.568,00 €
- Comercios en la zona de actuación: 29

Castilla- La Mancha

5. Mejora de la accesibilidad a la Plaza del Consistorio de Toledo

- Inversión inducida: 48.543,25 €
- Ayuda concedida: 38.834,60 €
- Comercios en la zona de actuación: 100

Cataluña

6. Mejora peatonal del núcleo urbano de Tossa de Mar (Girona)

- Inversión inducida: 65.225,66 €
- Ayuda concedida: 32.612,83 €
- Comercios en la zona de actuación: 23

7. Peatonalización parcial de la Avenida de Carles Buïgas de Salou, (Tarragona)

- Inversión inducida: 90.504,35 €
- Ayuda concedida: 29.636,84 €
- Comercios en la zona de actuación: 41

8. Reurbanización del Passeig de Dintre de Blanes, (Girona)

- Inversión inducida: 49.068,13 €
- Ayuda concedida: 13.336,77 €
- Comercios en la zona de actuación: 255

Comunidad Valenciana

9. Reurbanización de las calles San Vicente, Padilla y Periodista Azzati en el centro histórico de Valencia

- Inversión inducida: 452.453,32 €
- Ayuda concedida: 126.076,36 €
- Comercios en la zona de actuación: 67

10. Reurbanización de la Avenida Almendros (Benidorm, Alicante)

- Inversión inducida: 136.840,28 €
- Ayuda concedida: 68.420,14 €
- Comercios en la zona de actuación: 44

Galicia

11. Reurbanización de la calle Castela (O Grove, Pontevedra)

- Inversión inducida: 348.070,73 €
- Ayuda concedida: 278.456,58 €
- Comercios en la zona de actuación: 36

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. Se subvencionan proyectos basados en la renovación tecnológica (creación y mejora de páginas web, medios para mejorar la interacción del usuario, etc.) y la ejecución de obras en el establecimiento que supongan una mejora del espacio cultural.

Se han concedido ayudas por valor de 120.000 euros en **24 proyectos**.

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

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 al 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 esta forma, mediante la concesión de ayuda financiera por parte del Estado a proyectos de inversión logística viables en determinados sectores y en zonas concretas, se consigue un doble objetivo: favorecer la actividad empresarial, y corregir los desequilibrios económicos interterritoriales a nivel nacional.

Respecto de la ejecución a lo largo de 2017 se han aprobado **cuatro nuevos proyectos** con una inversión subvencionable total de 16.753.537,00 euros y una **ayuda total aprobada de 2.377.125,86 euros**, con la previsión de crear 57 nuevos puestos de trabajo:

EMPRESA	OBJETO	MUNICIPIO	INVERSIÓN SUBVENCIONABLE (€)	SUBVENCIÓN (€)	EMPLEO A CREAR
TRANSPORTES Y TRÁNSITOS NAVARRI Y GARCÍA, S.L.	Plataforma logística de muebles, para empresas del sector.	Yecla (R. Murcia)	2.203.355	484.738,10	15
VIDAL STORAGE, S.L.	Plataforma logística del grupo VIDAL, fabricante de golosinas.	Cieza (R. Murcia)	8.039.342	482.360,52	20
FRI- OLVEJERA, S.L	Plataforma logística de productos congelados (verduras y hortalizas)	Ólvega (Castilla y León)	3.595.308	826.920,84	11
PLATAFORMA LOGÍSTICA ARANDA, S.L.	Plataforma logística sector farmacéutico, químico y cosmético.	Aranda de Duero (Castilla y león)	2.915.532	583.106,40	11
TOTAL			16.753.537	2.377.125,86	57

APOYO AL COMERCIO MINORISTA A TRAVÉS DEL DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE.

Esta medida enlaza con el Programa Operativo de Crecimiento Sostenible FEDER 2014-2020, siendo su Eje Urbano el que da cabida a las **Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible (Estrategias DUSI)**. Estas Estrategias incluyen algunos programas encuadrables dentro del apoyo al comercio minorista, como son: regeneración física, económica y social dentro del entorno urbano en áreas urbanas desfavorecidas; y conservación y protección del medio ambiente y la promoción de la eficiencia de los recursos.

La Dirección General de Fondos Europeos, a través de la Subdirección General de Desarrollo Urbano, junto con la Subdirección General de Cooperación Local de la Dirección General de Relaciones con las Comunidades Autónomas y Entes Locales, gestionan **79 Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado [EDUSI]**, de ayuntamientos o entidades supramunicipales, **por un importe de 480.499.735 euros**.

A lo largo del año **2017 se han resuelto dos convocatorias** de ayudas FEDER para financiar Estrategias DUSI, por un importe total **de más de 1.006 millones de euros** para el desarrollo de 123 estrategias DUSI por ayuntamientos o entidades supranacionales. La última de ellas tuvo lugar en el mes de **mayo de 2017**, donde se adjudicaron cerca de 300 millones de euros de ayuda FEDER a 41 Estrategias DUSI, específicamente diseñadas para la revitalización del comercio local, con objetivos tales como la rehabilitación de mercados de abasto, comercios de barrio, campañas de sensibilización y promoción del comercio local y sostenible, fomento de productos ecológicos y de proximidad, actuaciones de integración comercial urbana del entorno, etc., con la siguiente distribución entre comunidades autónomas:

COMUNIDAD AUTÓNOMA	ESTRATEGIAS SELECCIONADAS	AYUDA FEDER CONCEDIDA (€)
Andalucía	15	104.296.975
Principado de Asturias	1	10.308.120
Castilla y León	1	14.068.685
Castilla la Mancha	3	19.078.341
Cataluña	2	17.555.777
Comunidad Valenciana	5	35.584.770
Extremadura	3	20.000.000
Galicia	4	35.000.000
Canarias	3	22.130.721
La Rioja	1	1.961.815
Comunidad de Madrid	1	3.428.176
Región de Murcia	1	14.070.973
TOTAL	41	297.484.353

LÍNEA 3.- APOYO ECONÓMICO Y FINANCIERO.

FONDOS DE FINANCIACIÓN DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y ENTIDADES LOCALES.

Esta medida está regulada por 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, que 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.

Cada uno de los fondos anteriores se divide a su vez en otros. Así, el **FFCCA** tiene como compartimentos principales el **Fondo de Liquidez Autonómico (FLA)** y la **Facilidad Financiera (FF)**. Estos fondos cubren las necesidades de financiación tanto a las comunidades autónomas que no cumplen con los criterios de estabilidad y deuda y por tanto se establece una

condicionalidad fiscal para reconducir su situación (FLA), como a aquéllas que sí lo cumplen (FF). La comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos ha asignado al **FFCCAA** hasta el cierre del ejercicio 2017, **27.881,62 millones de euros**, de los cuales 6.532,42 millones de euros corresponden al tramo que financia el objetivo del 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.

Por su parte el **FFEELL** tiene dos compartimentos principales, **el Fondo de Ordenación (FO) y el Fondo de Impulso Económico (FIE)**. La Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos acordó la asignación para 2017 de **643,20 millones de euros al FFEELL** y fijó condiciones financieras especiales para un grupo de municipios en situación de riesgo financiero. Éstos se distribuyeron de la siguiente manera:

- Al compartimento del **FO se asignó en 2017 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 **FIE se asignó en 2017 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.

LÍNEAS DE CRÉDITO ICO PARA PYMES.

El Instituto de Crédito Oficial (ICO) concede préstamos para financiar operaciones de inversión y liquidez de las empresas. En este sentido, es de especial importancia su **Línea Mediación**, mediante la cual ofrece a su vez distintas líneas financieras con el objetivo de dar cobertura a las necesidades de financiación de empresas y autónomos del sector comercial o de otros sectores de actividad.

Los resultados obtenidos en la **anualidad 2017** para las actividades de la CNAE 47 (Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas) y 45 (Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas) se centran en tres de las líneas ICO: **ICO Empresa y Emprendedores**, **ICO Internacional** e **ICO Garantía SGR/SAECA**.

A continuación se presentan los resultados obtenidos en cada una de las líneas a los que han accedido el comercio minorista:

- **ICO Empresa 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. En el ejercicio 2017 **se han concedido créditos por valor de 419.405.640,66 euros, a un total de 9.272 operaciones**. Esta línea concentra el 98,57% del crédito nacional concedido a pymes de comercio, siendo por tanto la línea más solicitada de las tres.

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	LÍNEA ICO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES 2017		
	IMPORTE CRÉDITO (€)	IMPORTE INVERSIÓN (€)	OPERACIONES
Cataluña	70.641.959,70	94.412.276,24	1.330
Andalucía	66.662.079,03	79.833.172,57	1.612
Com. de Madrid	56.531.314,21	70.321.995,69	1.161
Galicia	42.045.954,73	56.089.370,06	1.002
Canarias	33.450.597,21	39.563.047,22	830
Com. Valenciana	31.456.708,71	39.675.568,17	868
Castilla y León	27.871.644,98	31.564.934,83	507
Castilla La Mancha	17.839.569,77	20.091.735,75	415

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	LÍNEA ICO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES 2017		
	IMPORTE CRÉDITO (€)	IMPORTE INVERSIÓN (€)	OPERACIONES
P. de Asturias	17.590.595,26	19.428.552,39	216
País Vasco	10.385.576,68	11.891.028,37	204
Región de Murcia	9.955.507,08	15.713.003,63	276
Aragón	8.961.738,95	9.914.297,89	233
Extremadura	7.668.267,77	11.314.610,32	182
Islas Baleares	7.188.409,65	8.239.425,00	209
Cantabria	4.553.056,94	5.274.096,94	118
Navarra	2.695.150,44	3.015.915,94	55
Melilla	1.494.538,47	1.514.480,00	16
La Rioja	1.372.471,08	1.719.180,09	29
Ceuta	1.040.500,00	1.090.030,00	9
TOTAL	419.405.640,66	520.666.721,10	9.272

- **ICO Internacional 2017.** Pone a disposición de 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. Bajo esta línea **se han concedido créditos, a nivel nacional, por valor de 4.994.661 euros, a un total de 19 operaciones.**

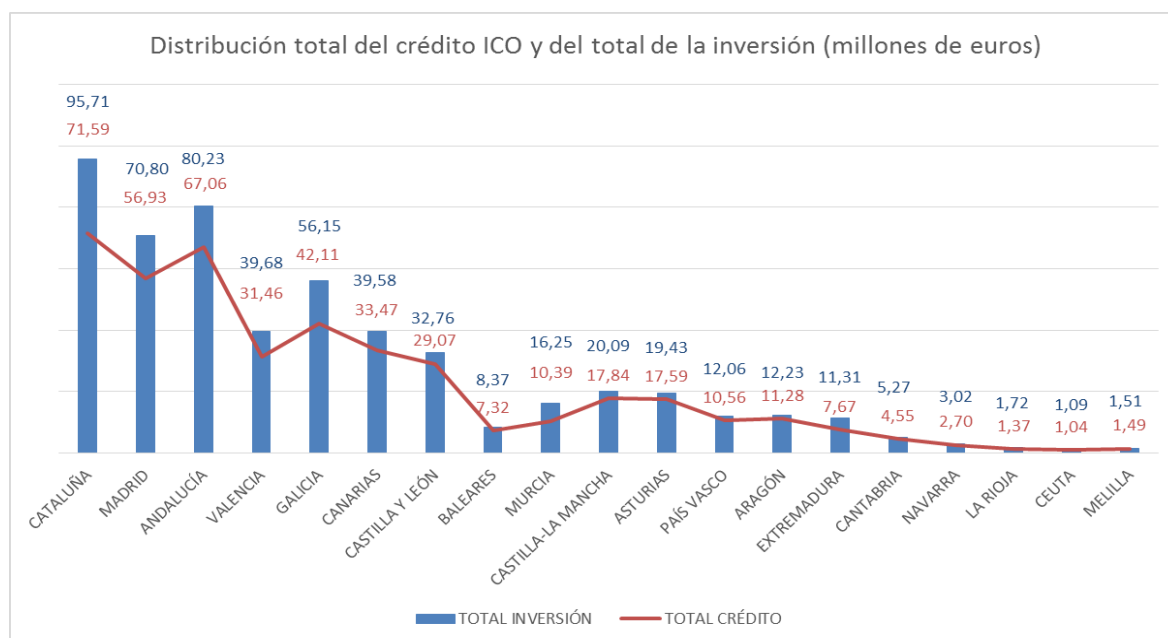
COMUNIDADES AUTÓNOMAS	LÍNEA ICO INTERNACIONAL 2017		
	IMPORTE CRÉDITO (€)	IMPORTE INVERSIÓN (€)	OPERACIONES
Aragón	2.315.000	2.315.000	6
Castilla y León	1.200.000	1.200.000	1
Andalucía	400.161	400.161	4
Com. de Madrid	400.000	475.036,50	3
Cataluña	300.000	300.000	2
País vasco	170.000	170.000	1
Islas Baleares	130.000	130.000	1
TOTAL	4.994.661	5.019.697,50	19

- **ICO Garantía SGR/SAECA.** Pone a disposición de 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.

Durante el ejercicio 2017 se han concedido créditos, a nivel nacional, por valor de 1.125.000 euros, a un total de 8 operaciones.

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	LÍNEA ICO GARANTÍA SGR/SAECA		
	IMPORTE CRÉDITO (€)	IMPORTE INVERSIÓN (€)	OPERACIONES
Cataluña	645.000,00	994.240,25	5
Región de Murcia	400.000,00	510.211,00	1
Galicia	60.000,00	60.000,00	1
Canarias	20.000,00	20.000,00	1
TOTAL	1.125.000	1.584.451,25	8

De esta forma, el reparto nacional de las ayudas realizadas por el ICO, entre las tres líneas mencionadas se muestra a continuación con 9.301 operaciones en el sector de comercio minorista, lo que ha supuesto la concesión de créditos por un importe de 426 millones de euros y han generado una inversión total de 527,8 millones de euros:



AYUDAS PARA LA REHABILITACIÓN ENERGÉTICA DE EDIFICIOS.

El Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), aprobó la Resolución de 14 de diciembre de 2017, por la que se publica la Resolución de 6 de marzo de 2017, del Consejo de Administración, por la que se establecen las bases reguladoras de la **segunda convocatoria del programa de ayudas para actuaciones de 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, entre los que se cuentan a aquéllos que albergan actividad comercial minorista.

Las actuaciones que se pueden realizar en los edificios son reformas energéticas 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 acciones encaminadas a mejorar la eficiencia energética de envolventes térmicas, instalaciones térmicas o de iluminación, y la sustitución de energía convencional por energía solar térmica o geotérmica.

Para abordar dichas medidas se conceden ayudas sin contraprestación y préstamos reembolsables. El presupuesto con el que cuenta la convocatoria son **125.658.000 euros** procedentes del Fondo Nacional de Eficiencia Energética.

Durante el ejercicio 2017, además de la publicación de las bases reguladoras anteriormente mencionadas, se ha publicado su convocatoria mediante Resolución de 21 de diciembre de 2017 de la Dirección General del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía, por la que se establece la Segunda Convocatoria del Programa de Ayudas para actuaciones de rehabilitación energética de edificios existentes (PAREER-II).

REAFIANZAMIENTO DE AVALES.

Por un lado, la **Compañía Española de Reafianzamiento, S.M.E., S.A. (CERSA)**, 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.

Durante el ejercicio 2017, se han concedido avales al sector del comercio minorista por importe de **82,7 millones de euros** de los que 48,4 millones han sido reavalados por **CERSA**, beneficiando a **1.056 Pymes**.

Por otro lado, el **Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades**, concede una **subvención nominativa a CERSA** para el desarrollo del **Programa de apoyo a la financiación de las mujeres emprendedoras**, por el que se subvencionan los gastos derivados de la comisión del estudio realizado por las SGR en los proyectos empresariales de las mujeres emprendedoras y empresarias que hayan iniciado su actividad en los últimos tres ejercicios. En la anualidad 2017 se ha apoyado a **240 mujeres emprendedoras** con una utilización de la subvención de aproximadamente **59.000 euros**.

LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN (ENISA).

Con la implementación de esta medida, ENISA contribuye a fortalecer el emprendimiento de las empresas del sector comercial minorista mediante la puesta en marcha de una serie de líneas de acción, como son **la Línea ENISA Creación y la Línea ENISA Crecimiento**.

Aunque cada una de las líneas anteriores presenta unos requisitos diferentes y están destinadas a empresas que se encuentran en distintas fases de su vida útil, ambas otorgan financiación a proyectos empresariales innovadores de la pyme española que cumplan con los requisitos establecidos.

El presupuesto con el que contó ENISA en 2017 para los préstamos en ambas líneas fue de **79,6 millones de euros**. Sin embargo, todavía no se dispone de información segregada sobre operaciones de empresas de comercio minorista en 2017.

LÍNEA 4.- PROMOCIÓN COMERCIAL.

CAMPAÑAS DE DINAMIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES ÁREAS COMERCIALES Y SECTORES COMERCIALES.

La dinamización es una herramienta clave para la reactivación de determinadas zonas comerciales minoristas, y por ende de sus ventas. Por tanto, es necesario coordinar y desarrollar acciones promocionales innovadoras dirigidas a incentivar el consumo y las ventas en los ejes comerciales y centros comerciales abiertos.

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 con una dotación para estas actuaciones de **1,5 millones de euros** en el ejercicio 2017.

Las actuaciones del programa de dinamización de Centros Comerciales Urbanos se llevan a cabo en colaboración las asociaciones más representativas del sector o áreas comerciales y en coordinación con las comunidades autónomas y ayuntamientos.

En 2017 se han desarrollado 96 campañas de dinamización que han beneficiado a **26.964 pymes comerciales**, con la siguiente distribución por comunidades autónomas:

	Campañas de dinamización	
	Nº Actuaciones	Nº Beneficiarios
Andalucía	24	4.624
Aragón	3	530
Canarias	16	1.767
Castilla y León	7	1.700
Castilla - La Mancha	5	908
Cataluña	20	10.007
Ciudad Autónoma de Ceuta	1	80
Ciudad Autónoma de Melilla	1	100
Comunidad de Madrid	2	2.000
Comunidad Foral de Navarra	2	200
Comunidad Valenciana	7	1.721
Extremadura	2	947
Islas Baleares	2	450
La Rioja	1	50
Región de Murcia	3	1.880
TOTAL	96	26.964

CAMPAÑA DE MERCADOS EN NAVIDAD: VEN A TU MERCADO/MERCADOS EN RED

El Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, ha venido impulsando desde 2012, en colaboración con Mercasa, las Cámaras de Comercio, la Confederación Española del Comercio, las comunidades autónomas y los ayuntamientos, la realización de campañas de promoción de las compras de alimentos frescos en los tradicionales mercados municipales durante las fiestas de Navidad

La Campaña, que se puso en marcha el 28 de noviembre de 2017 y finalizó el 8 de enero de 2018, ha apoyado la promoción y dinamización de la actividad comercial en los Mercados Municipales durante el periodo navideño, bajo el lema general **“Ven a tu mercado”**, a la que se suma **“Mercados Municipales en Red”** que pretende impulsar la utilización de las redes sociales y los entornos web en la promoción comercial de los Mercados, compartiendo iniciativas y experiencias; y reforzando la imagen colectiva de los Mercados Municipales como formato comercial moderno, con servicios y productos de calidad. Es por ello que la Campaña ha contado con página web propia, y de espacios específicos en redes sociales:

- **Página web propia** (www.venatumercado.es) ha tenido 1.125 usuarios, de los cuales el 32,3% la han visitado en más de una ocasión. En cuanto a las sesiones realizadas por los usuarios, se han llevado a cabo desde el ordenador (63,86%) o mediante dispositivos móviles (36,13%); habiéndose realizado éstas mayoritariamente a nivel nacional (95,49%), aunque también se han registrado desde fuera de nuestras fronteras, entre las que destacan las 36 visitas recibidas desde Estados Unidos.
- **Facebook**, www.facebook.com/VenatuMercado. Desde la fecha de lanzamiento de la campaña, se ha logrado incrementar el número de “Me gusta” en 200, alcanzando un total de 2.269.
- **Twitter**, @VenatuMercado. Cuenta con 802 seguidores, lo que supone un incremento del 13% respecto a la campaña 2016, y 369 “Me gusta”.
- **Instagram**, @venatumercado. Cuenta con 182 seguidores, lo que supone un incremento del 70% respecto a la cifra alcanzada en la campaña del año anterior. Desde el inicio de la misma se han realizado 32 publicaciones.

La campaña ha incluido una “**caja de herramientas**”, con todos los elementos de promoción – logotipos, imágenes, banners para la web y redes sociales, carteles, animaciones, vídeos, etc.-, que puede ser utilizada por los mercados municipales que desearan sumarse a esta iniciativa, incluida la posibilidad de personalizar cualquiera de estos elementos con los logotipos correspondientes.

Su contenido ha incluido tanto archivos en formato cerrado para su utilización directa, como los archivos vectoriales para poder incorporar imágenes y logotipos de los mercados que desearan personalizar los diferentes elementos de la campaña.

El 21 de diciembre de 2017, en el Mercado de San Lorenzo del Escorial, se realizó un acto de presentación de la campaña “Ven a tu mercado”. En la convocatoria y organización de dicho acto colaboraron la Secretaría de Estado de Comercio, Mercasa y el Ayuntamiento.

Además, la Campaña ha incluido el **concurso fotográfico “Ven a tu mercado”**, para premiar la mejor fotografía relacionada con Mercados Municipales, sus comercios y comerciantes, y los productos que se venden en ellos. Este año, debido a que esta Campaña tiene también el objetivo de fomentar los Mercados Municipales en Red, los concursantes debían publicar la fotografía en la fanpage Facebook. Para dar difusión al evento se enviaron 979 e-mail. El 26 de enero de 2018 se hizo entrega de un lote de productos del mercado valorado en 500 euros a la ganadora del premio, con una fotografía del mercado municipal de Santa Cruz de La Palma, en un acto celebrado en el propio mercado, con la asistencia del Ayuntamiento, el Director Insular de la Delegación de Gobierno y la Directora Territorial de Comercio de Tenerife.

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN.

La Secretaría General de Agricultura y Alimentación del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente realiza acciones para dar a conocer los beneficios del consumo de diferentes productos que componen la dieta mediterránea, intentando inculcar a los consumidores hábitos saludables de consumo y la necesidad de llevar una dieta variada y equilibrada.

Dentro del ámbito de la promoción, ha puesto en marcha para el período **2017-2019** una serie de actuaciones promocionales de diferentes productos y prácticas alimentarias de sensibilización del consumo de la dieta mediterránea bajo el eslogan **“Cultura mediterránea”**.

Durante el año 2017 ha tenido lugar la publicación *online* del libro de recetas finalistas del Concurso Nacional de Recetas 2017, dentro de la acción “Mediterraneamos”.

Además, se han realizado otras actividades promocionales en el sector de las frutas y hortalizas, de leche y productos lácteos, y de pescado, en puntos de venta, calles de Madrid, redes sociales, actuaciones con *influencers* y en medios, etc. Estas iniciativas tienen como objetivo, entre otros, fomentar las ventas de este tipo de productos.

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

El Plan MOVEA es una medida que forma parte de la **Estrategia de Impulso del Vehículo con Energías Alternativas (VEA) 2014-2020**, liderada por el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, en colaboración con otras entidades y ministerios.

El Plan MOVEA 2017 fomenta la **adquisición de vehículos de combustibles alternativos: vehículos eléctricos, de gas licuado del petróleo (GLP/Autogás), de gas natural comprimido (GNC) y licuado (GNL), vehículos que se propulsen con pila de combustible de hidrógeno, y motos eléctricas; así como la implantación de puntos de recarga para vehículos eléctricos en zonas de acceso público.**

Está dirigido tanto a consumidores particulares, como a la renovación de flotas por parte de las empresas, estableciéndose un límite máximo de vehículos de hasta 35 vehículos para autónomos y entidades públicas privadas con personalidad jurídica, y de un vehículo por parte de personas físicas.

El Plan MOVEA 2017, ha concedido **2.444 subvenciones a vehículos propulsados por energías alternativas**, con un total de **9.056.450 euros** concedidos; y **26 subvenciones a la implantación de puntos de recarga de vehículos eléctrico**, con un total de **202.196 euros** concedidos

A continuación se aportan datos sobre el número de vehículos eléctricos puros y de híbridos enchufables que se han matriculado durante 2017.

MATRICULACIÓN DE VEHÍCULOS HÍBRIDOS ENCHUFABLES	2017	Variación respecto 2016
Turismos	3.342	121,2%
Cuadriciclos	2	--
Motocicletas	6	100%
Autobuses y autocares	0	-100%
TOTAL	3.350	119,5%

MATRICULACIÓN DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS PUROS	2017	Variación respecto 2016
Turismos	4.106	91,6%
Derivados, Furgonetas y Pick Up	977	15,1%
Quads	19	137,5%
Cuadriciclos	163	-25,6%
Ciclomotores	1.816	188,7%
Motocicletas	2.570	223,7%
Camiones ligeros	2	100%
Camiones medios	0	-100%
Autobuses y autocares	18	80%
TOTAL	9.671	107,8%

Como se puede observar, reflejado por las altas cifras de crecimiento de las matriculaciones, el programa ha tenido un impacto significativo en el mercado, fomentando la demanda y venta de este tipo de vehículos.

LÍNEA 5.-APOYO AL EMPRENDEDOR.

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 (FEMP), 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.

Se trata de una plataforma que permite al emprendedor la posibilidad de crear empresas y realizar trámites adicionales con las Entidades Locales, presentando declaraciones responsables en aquellos municipios adheridos al proyecto.

Actualmente hay **adheridos a la plataforma 1.581 ayuntamientos**. Hasta el momento se han realizado **913 presentaciones de declaraciones responsables**.

PORTAL PYME.

La Dirección General de Industria y de la Pyme produce y gestiona este portal web gratuito que contiene información de interés para las empresas, permite a los usuarios almacenar consultas, recibir información sobre temas de su interés y el uso de diversas herramientas interactivas como son: plan de empresa, DAFO, herramientas de autodiagnóstico y una base de datos de ayudas e incentivos para la PYME.

Las cifras del **Portal Pyme en 2017** son las siguientes:

- **Total de visitas: 3.505.378.**
- **Total de páginas descargadas: 15.218.976.**
- **Usuarios que consultan base de datos de ayudas e incentivos: 1.564.323.**

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. Este programa facilita, a través de 55 Cámaras de Comercio, 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, y nuevas tecnologías a empresarias y emprendedoras, con una idea o proyecto de negocio o con un plan de modernización y ampliación.

En 2017 este programa ha realizado 14.545 asesoramientos y se han creado 2.217 empresas.

PLAN PARA LA PROMOCIÓN DE LAS MUJERES DEL MEDIO RURAL.

El Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades 2014-2016 se materializa en el **Plan para la Promoción de las Mujeres del Medio Rural 2015-2018**, donde se desarrollan distintas acciones para facilitar la inserción laboral y el emprendimiento de las mujeres en el ámbito rural.

A su vez, dentro del Plan de Promoción de las Mujeres del Medio Rural 2015-2018, el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, ha desarrollado el programa “**Desafío mujer rural**”. Se trata de una iniciativa a nivel nacional destinada 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.

Dentro de las diversas actividades que contempla el Programa Desafío Mujer Rural, durante la anualidad del 2017 se han llevado a cabo las siguientes:

- Se ha **realizado un diagnóstico del emprendimiento rural y la situación y perfil de las emprendedoras**, cuyos datos se publicarán a lo largo del 2018.
- Se puso en marcha en octubre del 2017 el **Portal Desafío Mujer Rural**. Actualmente cuenta con **85 emprendedoras inscritas viables**, de las cuales 26 disponen ya de tiendas activas. Se ha observado un interés creciente en participar en esta plataforma virtual.
- En el **Programa de asesoramiento** en capacidades emprendedoras han participado **40 mujeres en los talleres de formación y mentorización** en diferentes ámbitos relacionados con el emprendimiento.
- Se han celebrado **dos programas de coaching** en el que han participado 39 mujeres.

- En el concurso “Desafío Mujer Rural” se han presentado 180 proyectos. La entrega de Premios se ha hecho coincidir con el día internacional de las mujeres. La ganadora ha sido la empresaria tinerfeña con el proyecto MyWerto, una *app* que permite poner en contacto al sector agroalimentario de Canarias y los consumidores.

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

Las actuaciones de difusión realizadas por la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) durante 2017 son las siguientes:

- **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.
- **Presentación de 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.

Por su parte, 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. Esta campaña, que ya contaba con más de 70 empresas adheridas, se ha mantenido activa durante el año 2017.

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 un servicio de información *online* respecto a consultas concretas de los ciudadanos. Durante el 2017 ha prestado el servicio de préstamo y resolución de consultas concretas a los ciudadanos, además de seguir aumentando su patrimonio documental que supera los 3.000 volúmenes y revistas.

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.

El **proyecto CEVIPYME** tiene como objetivo proporcionar a la PYME y a asociaciones empresariales, a través de una página *web* gratuita, información y asistencia personalizadas y gratuitas sobre las opciones que mejor se adapten a sus necesidades para la protección de la propiedad industrial, intelectual e innovación, así como sobre la manera más eficaz de gestionar y rentabilizar dicha propiedad una vez obtenidos y registrados los derechos correspondientes. Además, 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.

ACCIONES LEGISLATIVAS DE APOYO A AUTÓNOMOS Y EMPRENDEDORES.

Con la finalidad de reducir las cargas administrativas, facilitar el emprendimiento, clarificar su fiscalidad y avanzar en la equiparación de la protección social de los trabajadores autónomos, ha entrado en vigor la **Ley 6/2017, de 24 de octubre, de Reformas Urgentes del Trabajo Autónomo**.

La citada Ley articula un conjunto de medidas con las que va a ser posible continuar incidiendo en la mejora de las condiciones en que desarrollan su actividad los trabajadores autónomos, garantizando sus expectativas de futuro y, con ello, la creación de riqueza productiva en nuestro país, que constituye una de las señas definitorias del colectivo de emprendedores.

Dichas medidas van orientadas a:

- Facilitar la cotización a la Seguridad Social.
- Reducir las cargas administrativas de los trabajadores autónomos.
- Ampliar los beneficios ya existentes (ampliación de la "Tarifa Plana").
- Favorecer la conciliación entre su vida laboral y familiar.
- Mejora de sus derechos colectivos.
- Clarificar la deducibilidad de los gastos en los que incurren los autónomos en el ejercicio de su actividad.
- Mejorar la cotización a la Seguridad Social y la formación profesional para el empleo.
- Equiparación a efectos de las contingencias derivadas de accidente de trabajo *in itinere*, entre otras.

LÍNEA 6.- COMERCIO Y TURISMO.

POTENCIACIÓN DE ESPAÑA COMO DESTINO DE TURISMO DE COMPRAS EN EL EXTERIOR.

Turespaña, consciente de que las compras tienen el potencial de contribuir al objetivo de mejorar la calidad y aumentar la diversificación de nuestro turismo, ha fomentado la promoción del **turismo de compras** mediante la realización de una serie de actuaciones como son acciones en medios de comunicación en los mercados emisores, acciones dirigidas al consumidor, y las dirigidas a facilitar la conversión del interés en viajes a España en un viaje efectivo.

Durante el año 2017 Turespaña ha desarrollado, a través de su red de Consejerías de Turismo en el exterior, más de **250 acciones para la promoción del turismo de compras**, superando así la previsión inicial de 227 actividades. Estas acciones son:

Actuaciones dirigidas a incrementar la notoriedad y mejorar el posicionamiento:

- Durante 2017 se han realizado más de 50 acciones con medios de comunicación en los mercados emisores.
- Igualmente, se han realizado más de 20 acciones dirigidas principalmente al consumidor final. Entre estas actuaciones se encuentran 7 presentaciones y promociones al público.

Acciones dirigidas a facilitar la conversión del interés en viajar a España en viaje efectivo. En 2017 se han realizado más de 130 actuaciones dirigidas al sector profesional de viajes:

- Se han llevado a cabo 48 presentaciones a agentes.
- Organización de 39 viajes de agentes especializados para mostrar la oferta.
- En 2017 se han celebrado las siguientes jornadas centradas en el producto compras o lujo:

- Jornadas Inversas China (abril). Vacacional y compras
- Jornadas Directas India (octubre). Reuniones y lujo.
- Jornadas Directas México (noviembre). Premium y compras

Turespaña ha participado 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

Por último, **han colaborado nuevamente con Fitur Shopping (FITUR 2017)** en su tercera edición, invitando a diferentes agentes de viaje procedentes de mercados lejanos.

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. El viajero, en el momento de abandonar el territorio de la Unión por un puerto o aeropuerto español, se presenta en el punto de sellado de IVA con la factura digital que estará identificada como DIVA (documento electrónico de reembolso) y con los bienes adquiridos, para su sellado digital.

El sellado de los documentos electrónicos de reembolso se realiza 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.

Este proyecto, que ha tenido un coste de 110.000 euros, ya se encuentra plenamente operativo. Además, a partir de enero de 2019, la tramitación será exclusivamente electrónica, debido a la modificación del Reglamento del IVA.

Se estima que entorno al 40% de las tramitaciones ya se están realizando por vía electrónica.

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**.

Las cifras de **visados turísticos expedidos en 2017** muestran un **crecimiento anual del 2%** a nivel global (1.469.317, frente a 1.441.179 expedidos en 2016). El crecimiento es más acusado en países con economías emergentes.

En concreto, se ha producido un importante crecimiento en el número de visados turísticos expedidos en **Rusia** (482.697 visados, un 7% más que en 2016) y en **China** (209.114 visados, un 12,5% más). También se han registrado crecimientos muy significativos en otros países como **Sudáfrica** (21.353 visados, +27%), **Tailandia** (15.506 visados, +21,8%), **Indonesia** (17.166 visados, +22%), **Irán** (11.076, +20%) o **Kazajstán** (14.322, +17%).

En **India**, las cifras de visados por turismo se han mostrado más estables (48.973 visados expedidos, un 1,6% más que en 2016). Se ha registrado un crecimiento negativo en Turquía (42.941 visados, -14%) y en Ucrania (38.296 visados, -130%). En el caso de Ucrania, el acusado

descenso se explica por la supresión del requisito de visado para los titulares de pasaportes biométricos a partir del 11 de junio de 2017.

Por otra parte, desde el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación se ha dado **impulso a la movilidad internacional de emprendedores, inversores, profesionales altamente cualificados, investigadores y sus familiares**, mediante la concesión de visados expedidos al amparo de la Ley 14/2013, de 27 de diciembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. En 2017, las **oficinas consulares españolas han expedido 6.004 visados al amparo de esta ley**. La mayor parte de los visados se expidieron en **China (1.506), India (581), Estados Unidos (443), Brasil (385) y Rusia (322)**.

RUTAS EN PORTALES.

ICEX proporciona en internet información sobre España, dirigida a visitantes extranjeros, para dar a conocer distintas rutas en las que 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 **“WHAT’S NEW”**, que se actualiza periódicamente, donde se ofrecen rutas de mercados, tiendas, festivales gastronómicos, restaurantes y bares de las diferentes Comunidades Autónomas. El portal ha recibido en 2017 una media de 26.190 visitas mensuales con más de **310.000 páginas vistas**, siendo EE.UU. el que aporta mayor número de visitas (31%), seguido de España (19%), Reino Unido (16%) 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.

PLAN PARA LA MEJORA DE LA SEGURIDAD EN EL SECTOR DEL COMERCIO DE LA POLICÍA NACIONAL.

Conscientes de la relevancia del sector comercial y de su impacto en la economía, el Plan Estratégico de la Policía Nacional 2017-2021 considera primordial la defensa del comercio seguro y garantizar la seguridad económica, siendo esencial la colaboración institucional y la participación ciudadana.

La Comisaría General de Seguridad Ciudadana de la Policía Nacional diseñó el **Plan de Comercio Seguro**, el cual ha sido renovado para darle continuidad y carácter permanente mediante Resolución de la Dirección General de la Policía de 31 de mayo de 2017.

Los objetivos generales del Plan pretenden proporcionar un entorno seguro al comercio mediante el apoyo activo a las actuaciones desplegadas por las administraciones públicas y el fomento de la corresponsabilidad social entre éstas y las instituciones privadas del sector.

El Plan concreta cuatro tipos de acciones a desarrollar, que abarcan desde avanzar en la prevención delictiva hasta favorecer la colaboración entre instituciones públicas y privadas del sector, pasando por perfeccionar los procesos de planificación y ejecución de medidas policiales, y por aumentar la calidad de los servicios policiales y de seguridad privada.

El seguimiento en la ejecución del Plan ha ido demostrando no solo su eficacia, sino también su buena acogida entre los distintos sectores de comerciantes, durante los más de 4 años de vigencia del Plan, con la participación activa de diversas unidades de Seguridad Ciudadana y Policía Judicial, además de una destacada implicación de la estructura de Participación Ciudadana de la Policía Nacional.

Los Delegados de Participación Ciudadana, además de la difusión de consejos de seguridad, han continuado informando entre el entramado comercial y con el fin de aumentar su

implicación en su propia seguridad, sobre la existencia de los **carteles disuasorios preventivos** para su exhibición en lugares visibles de los establecimientos comerciales con los logotipos de la Policía Nacional y del establecimiento interesado, acompañados de la frase "TODOS LOS HURTOS Y ROBOS DETECTADOS EN ESTE ESTABLECIMIENTO SERÁN DENUNCIADOS".

Al objeto de proteger el comercio *online* contra la comisión de los delitos contra el patrimonio en éste ámbito, la Unidad Central de Participación Ciudadana ha colaborado con la Agencia Española de Protección de Datos, el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE) y la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN), en la elaboración de una **"Guía de compra segura en INTERNET"** sobre buenas prácticas dentro del comercio electrónico, que resultará de utilidad no sólo a los ciudadanos como consumidores y usuarios de los servicios de comercio *online*, sino también a las empresas que desarrollan su actividad en este ámbito.

En esta Guía se recogen de manera integral los derechos que asisten a los usuarios en los procesos de compra o contratación *online* y ofrece consejos y recomendaciones desde diversos enfoques: privacidad, seguridad, consumo y persecución de las prácticas delictivas o fraudulentas. Todo ello respecto a cada una de las fases del comercio, es decir, antes de comprar o contratar, durante la compra, después de la compra o contratación y cómo reclamar si fuera preciso.

Dicha Guía de compra segura en INTERNET, al igual que sus fichas homónimas, han sido distribuidas electrónicamente entre todo el entramado de Participación Ciudadana así como entre aquellos contactos estatales que desde la Unidad Central de Participación Ciudadana se tiene, con el fin de darlo a conocer entre el mayor número de usuarios posibles.

La Fundación Orient ha facilitado la traducción al chino de las fichas y trabaja en la traducción de la guía íntegra. Gracias a estas traducciones y su posterior difusión a través de los diferentes Delegados de Participación Ciudadana, la comunidad china de toda España podrá hacerse eco de esta iniciativa en su propio idioma, salvando la barrera idiomática que en muchas ocasiones tiene el colectivo de nacionalidad china.

La "**Guía de comercio seguro**", elaborada conjuntamente entre la Dirección General de la Policía y la Dirección General de Política Comercial y Competitividad, en colaboración con la Confederación Española de Comercio (CEC), está destinada a ayudar al comerciante para aumentar la seguridad de su establecimiento mediante la prevención situacional y a incrementar la calidad del servicio que prestan a sus clientes, a través de diversos consejos de seguridad. Dicha guía ha sido actualizada de nuevo y reeditada en 2017 con aquellas novedades a tener en cuenta por parte del sector comercial, en lo que a su seguridad se refiere. Hasta la fecha, se han difundido unas 6.500 Guías físicas entre los comerciantes y sus organizaciones.

Para la Campaña de Navidad 2014-15 se procedió a la elaboración de un tríptico "**Comercio seguro**", otra de las piedras angulares del Plan que aglutina los consejos de seguridad preventiva más importantes a tener en cuenta por el comerciante. Este tríptico ha sido reeditado en 2017, alcanzándose una distribución acumulada de casi 300.000 Trípticos físicos hasta la fecha.

Además de su distribución física, ambas publicaciones siguen siendo divulgadas en su versión digital y se siguen incluyendo en la página *web* y en perfiles en redes sociales de la Policía Nacional, así como en diversas asociaciones sectoriales.

La Unidad Central de Participación Ciudadana, en colaboración con la Comisaría General de Policía Judicial, ha desarrollado una **Campaña preventiva de robos con fuerza en establecimientos comerciales** mediante la utilización de "falsos técnicos" como *modus operandi*. En ocasiones, las visitas de "falsos técnicos" permiten a los delincuentes identificar las medidas de seguridad que poseen determinados establecimientos, para posteriormente perpetrar un robo con fuerza en el mismo. Tales robos pueden llevarse a cabo mediante el método del butrón o entrando directamente al local comercial, todo ello en función de las medidas de seguridad observadas durante la visita de los precitados técnicos.

La campaña persigue dar una respuesta a esta tipología delictiva, en el marco del Plan Comercio Seguro, a través de una serie de acciones a llevar a cabo tanto a nivel central como periférico, otorgando un papel importante a aquellas medidas que proporcionan información

de seguridad al ciudadano, especialmente al comerciante. Por tal motivo, se ha elaborado un folleto informativo con consejos de seguridad orientado al ciudadano de cara a informar, sensibilizar y prevenir a potenciales víctimas de este tipo de delitos, encaminado a mejorar el conocimiento de este *modus operandi*, favoreciendo así la prevención del delito.

La Unidad Central de Participación Ciudadana en colaboración con la Brigada Provincial de Policía Judicial de Madrid, ha puesto en marcha una nueva **Campaña preventiva de robos con fuerza** en viviendas y trasteros, cuyo enfoque se centra en informar al ciudadano acerca de distintos aspectos técnicos de los elementos de seguridad más comunes de acceso a las viviendas. Tales elementos de seguridad son extrapolables a los establecimientos comerciales, cuyos accesos también deben ser protegidos. Los elementos de seguridad instalados en las viviendas, establecimientos comerciales, accesos o alrededores, son básicos para evitar intrusiones ilícitas, así como para eludir o, al menos, minimizar el riesgo de ser víctima de un robo con fuerza. De esta forma, la elección más adecuada -en cada caso- de las cerraduras, puertas de seguridad, sistemas de video-vigilancia, así como alarmas antirrobo, resulta fundamental para una adecuada prevención.

Por tal motivo, se ha elaborado un tríptico con consejos de seguridad encaminado a conocer y mejorar la elección de los elementos de seguridad que deben ser instalados en las viviendas, locales comerciales y trasteros, permitiendo así una mejor prevención sobre los robos con fuerza.

El folleto informativo sobre los "falsos técnicos" y los trípticos con consejos sobre los elementos de seguridad correspondientes a las Campañas de prevención de robos con fuerza relativas a los "falsos técnicos" y a los elementos de seguridad de las viviendas y trasteros, extrapolable a los establecimientos comerciales, han sido distribuidas electrónicamente entre todo el entramado de Participación Ciudadana, así como entre aquellos contactos estatales que desde la Unidad Central de Participación se tiene, con el fin de darlos a conocer entre el mayor número de usuarios posibles.

De nuevo, la Fundación Orient ha proporcionado la traducción al idioma chino de estos documentos, para su difusión a nivel nacional entre el colectivo de personas de nacionalidad china.

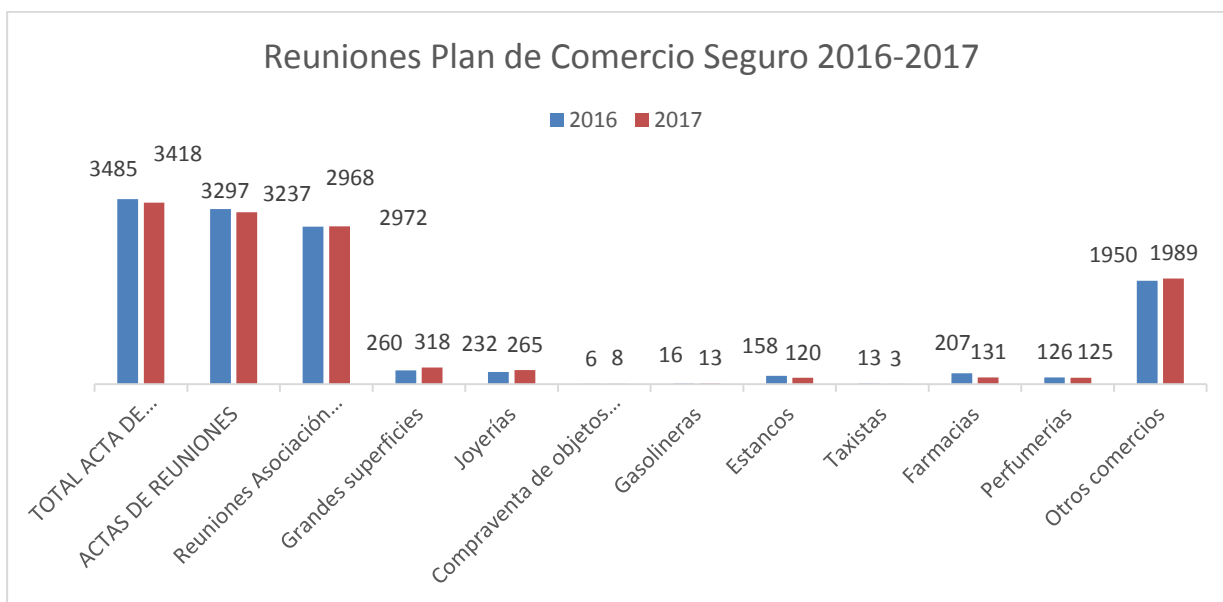
En lo que respecta al estudio de la comparativa de datos cuantitativos obtenidos durante el año 2017 comienza con aquellos correspondientes a la finalización de la Campaña de Navidad 2016-2017.

La valoración global del dispositivo operativo **"Comercio Seguro, Campaña de Navidad 2016-2017"**, que finalizó el día 9 de enero de 2017, se consideró sumamente positiva, ya que el aumento de presencia policial en las zonas comerciales de mayor afluencia, ocasionó una reducción de infracciones penales en dicho sector, hurtos en particular, según manifestaciones de prácticamente la totalidad de las plantillas. Este ligero incremento confirma que ha habido una pequeña intensificación del Plan de cara a la campaña de Navidad en relación con otras fechas. Destacan los datos de reunión con los colectivos como las casas de compraventa de objetos de valor y metales preciosos y las joyerías, que aumentan en un 33% y un 14% respectivamente.

Una vez más destaca la participación activa de la Unidad Central, no solo en la coordinación de la campaña y labor preventiva de las Delegaciones de Participación Ciudadana a nivel nacional, sino también en la actuación directa con distintas empresas y asociaciones de comerciantes de ámbito nacional/interprovincial, según el caso, por parte de los responsables del Plan Comercio Seguro (Cedecarne, Apartsur, C&A, Confederación Española de Comercio ...) a fin de dar a conocer el contenido de la Resolución que lo regula, el Plan Comercio Seguro y todas sus medidas.

A continuación se recoge una tabla estadística con los resultados de la implementación del Plan, en la que se refleja la labor y el esfuerzo que se continúa realizando para dar la mayor publicidad y difusión al Plan de Comercio Seguro, al objeto de conseguir una buena prevención delincriminal en aquellos delitos más destacados en el sector comercial.

	Campaña 2016/17	Campaña 2017/18	DIFERENCIA	%
TOTAL ACTA DE REUNIONES	3.485	3.418	-67	-2%
ACTAS DE REUNIONES	3.297	3.237	-60	-2%
Reuniones Asociación de Comerciantes	2.968	2.972	4	0,13%
Grandes superficies	260	318	58	22%
Joyerías	232	265	33	14%
Compraventa de objetos de valor y metales preciosos	6	8	2	33%
Gasolineras	16	13	-3	-19%
Estancos	158	120	-38	-24%
Taxistas	13	3	-10	-77%
Farmacias	207	131	-76	-37%
Perfumerías	126	125	-1	-1%
Otros comercios	1.950	1.989	39	2%



En el marco de las relaciones mantenidas desde la Unidad Central con asociaciones de comercio, se sigue transmitiendo por su parte el creciente interés en reducir, en la medida de lo posible, los tiempos de espera a la hora de interponer denuncia por los hechos (principalmente hurtos) ocurridos en el ámbito laboral. Ante este tipo de peticiones se continúa informando a los comerciantes de las distintas alternativas a sus requerimientos, en

particular de la posibilidad de interponer denuncias a través de internet en determinadas circunstancias. También son informados de la existencia de la aplicación de alertas de seguridad ciudadana ALERTCOPS.

En lo que se refiere a los resultados del **Plan Comercio Seguro durante 2017**, en comparación con los datos de 2016, reflejan un ligero descenso de la actividad de las Delegaciones de Participación Ciudadana. Sin embargo, en lo que a sus relaciones con el sector del comercio se refiere, se ha producido un ligerísimo aumento del 0,18% con respecto al año anterior. Esto significa que aunque haya disminuido el número total de reuniones del Delegado de Participación Ciudadana con la ciudadanía en general, se mantienen aquellas llevadas a cabo con el sector comercial.

Destaca el aumento de reuniones establecidas con el gremio del taxi y el de los joyeros y se significa que la disminución observada con los estancos y otros comercios no es significativo en datos absolutos.

	2016	2017	DIFERENCIA	%
TOTAL ACTA DE REUNIONES	15.402	14.889	-513	-3%
ACTAS DE REUNIONES	13.264	12.842	-422	-3%
Reuniones Asociaciones de Comerciantes	8.469	8.484	15	0,18%
Grandes superficies	610	791	181	30%
Joyerías	486	525	39	8%
Compraventa de objetos de valor y metales preciosos	15	22	7	47%
Gasolineras	106	130	24	23%
Estancos	423	398	-25	-6%
Taxistas	18	30	12	67%
Farmacias	836	1.034	198	24%
Perfumerías	238	243	5	2%
Otros comercios	5.737	5.311	-426	-7%

PLAN PARA LA MEJORA DE LA SEGURIDAD EN EL COMERCIO DE LA GUARDIA CIVIL.

Teniendo en cuenta que la seguridad del sector del comercio es una de las piezas clave para el desarrollo económico de nuestra sociedad, la Guardia Civil puso en marcha la Orden de Servicio 58/2013, de 11 de diciembre de 2013, mediante la que se establece el **Plan para la mejora de la seguridad en el Sector del Comercio**.

Dicho Plan, de aplicación en todo el territorio nacional, tiene como finalidad estratégica el incremento de la seguridad del sector, a través de colaboraciones y contactos, dispositivos preventivos y acciones de investigación.

Los datos correspondientes al esfuerzo desarrollado por parte de la Guardia Civil durante el año 2017 son las siguientes:

- **Número de servicios realizados.** Durante el año 2017 se han realizado un total de **187.714 servicios** relacionados con el plan para la mejora de la seguridad en el sector del comercio. Esto supone un incremento del 36,9% con respecto a los realizados durante el año anterior.

Las comunidades autónomas en las que se han realizado mayor número de servicios son Andalucía, Castilla y León y Comunidad Valenciana, habiéndose producido un importante incremento respecto al año 2016, especialmente en las dos primeras.

ZONA	Nº DE SERVICIOS
Andalucía	42.041
Aragón	4.571
Canarias	10.729
Cantabria	4.161
Castilla y León	26.512
Castilla la Mancha	10.130
Cataluña	-
Comunidad de Madrid	10.991
Comunidad Foral de Navarra	4.522
Comunidad valenciana	26.184
Extremadura	8.903

ZONA	Nº DE SERVICIOS
Galicia	18.884
Islas Baleares	4.605
La Rioja	937
País Vasco	388
Principado de Asturias	15.350
Región de Murcia	3.377
TOTAL	187.714

- **Número de reuniones con colectivos.** Desde la Dirección General de la Guardia Civil se han mantenido contactos con la Dirección General de Política Comercial y Competitividad con el objeto de poner en marcha iniciativas en el ámbito de ambos organismos (campaña de concienciación “Comercio Seguro”, etc.).

Asimismo, se han llevado a cabo varias reuniones sectoriales con diversos colectivos relacionados con el comercio en las que se han puesto en marcha proyectos para solventar diferentes problemáticas en sus respectivos ámbitos (denuncia “*in situ*” ante hurtos en comercios, procedimiento de denuncia ante hechos repetidos), en el marco del **Plan Coopera de la Guardia Civil**.

Sin perjuicio de ello, las Unidades Territoriales han llevado a cabo reuniones relacionadas con el plan para la mejora de la seguridad en el sector del comercio, con un incremento del 67,7% respecto al 2016, distribuidas por las comunidades autónomas de la siguiente manera:

ZONA	Nº REUNIONES
Andalucía	1.628
Aragón	192
Canarias	77
Cantabria	44
Castilla y León	914
Castilla la Mancha	197
Cataluña	-
Comunidad de Madrid	126
Comunidad Foral de Navarra	1.135
Comunidad valenciana	1.023

ZONA	Nº REUNIONES
Extremadura	280
Galicia	184
Islas Baleares	268
La Rioja	59
País Vasco	233
Principado de Asturias	135
Región de Murcia	120
TOTAL	6.615

- **Estadística delictiva.** El número de delitos contabilizados durante el año 2017 en relación con el plan para la mejora de la seguridad en el sector del comercio fue de 28.533 (2.778 delitos menos que en 2016), lo que supone un descenso del 8,87% con respecto a la actividad delictiva registrada en 2016. Posiblemente como consecuencia del mayor número de servicios de prevención realizados en este ámbito.

Añadir con respecto a la actividad delictiva, que en 2017, el 37,89% de los mismos ha sido exitosamente esclarecido.

ZONA	Nº DE DELITOS	ESCLARECIDOS	DETENIDOS/INVESTIGADOS
Andalucía	6.450	2.644	1.633
Aragón	781	256	203
Canarias	1.229	527	2015
Cantabria	709	203	78
Castilla y León	2.041	780	514
Castilla la Mancha	2.185	446	262
Cataluña	3	-	0
Comunidad de Madrid	3.580	1.467	318
Comunidad F. de Navarra	218	136	28
Comunidad valenciana	6.563	2.551	1.657
Extremadura	1.204	305	168
Galicia	1.301	469	200
Islas Baleares	503	179	77
La Rioja	77	33	15
País Vasco	4	2	5
Principado de Asturias	738	336	110
Región de Murcia	966	484	106
TOTAL	28.553	10.818	5.589

- **Valoración de la actividad policial.** Inicialmente cabe destacar que el incremento de la actividad policial, tanto en el número de servicios relacionados con el sector del comercio, como de reuniones mantenidas con los distintos responsables no solo del ramo sino también de los propios establecimientos, se ha traducido directamente en una bajada proporcional de la actividad delictiva asociada al sector. Por tanto, la valoración global es muy positiva.

Especialmente relevante ha sido la valoración de los contactos establecidos con los responsables de los establecimientos, que han facilitado la adquisición de información de interés acerca de los *modus operandi* utilizados y, por otra parte, han mejorado la sensación subjetiva de seguridad tanto de ellos mismos como de los propios usuarios.

Por lo recogido de las entrevistas mantenidas con comerciantes, responsables de seguridad privada y usuarios de los comercios, la implantación del presente plan, así como su desarrollo a lo largo de estos años, está teniendo una acogida excelente.

En este sentido, por parte de los colectivos descritos anteriormente, se valoran especialmente las conferencias divulgativas impartidas por personal del Cuerpo.

- **Problemática detectada.** Se ha detectado la siguiente problemática:
 - o Se considera que un colectivo sensible es el de los establecimientos regentados por ciudadanos extranjeros que no dominan el idioma español, especialmente de origen asiático (chino, pakistaní, etc.), debido a su dificultad para la comprensión del idioma y a que por desconocimiento, en ocasiones no denuncian la comisión de hechos delictivos. Además es frecuente que oculten u omitan información que puede ser relevante para las investigaciones, y que la mayoría de los locales carezcan de medidas disuasorias (alarmas, cámaras de vigilancia) para la prevención de robos, siendo informados de la conveniencia de su instalación.
 - o Se ha detectado en el pequeño comercio que no se presentan la mayoría de las denuncias por pequeños hurtos, alegando los responsables de estos

establecimientos que el valor del tiempo detraído en todo el proceso es superior al valor de los objetos sustraídos. Igualmente, cuando los presuntos autores son sorprendidos por los empleados, estos responsables prefieren no denunciar, bien por el escaso valor de lo sustraído o porque lo devuelven de inmediato, con el fin de evitar el proceso judicial y sus implicaciones.

- Se ha detectado cierta falta de concienciación de los responsables de los comercios minoristas en cuanto a la adopción de medidas de seguridad para sus establecimientos. La aplicación de unas medidas mínimas redundaría en una mayor disuasión hacia los delincuentes y mejoraría la eficacia de la prevención (por ejemplo la identificación de los autores de hechos delictivos se dificulta al no poseer muchos comercios sistema de grabación de imágenes).
- La mayoría de los hechos delictivos se cometen en el interior de los centros comerciales, donde existe una gran afluencia de público, por lo que sería interesante para la prevención de estos hechos delictivos mejorar el grado de preparación de los vigilantes de seguridad privada y concienciarles de su necesaria implicación en estas tareas de prevención.
- Destaca el número de robos con fuerza que se producen en el interior de establecimientos de hostelería con máquinas recreativas en su interior, así como la existencia de la recaudación diaria depositada en las cajas registradoras. Medidas como dejar tanto máquinas recreativas como cajas registradoras abiertas y vacías, reduce significativamente este número.

SEGURIDAD DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

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. Durante el 2017 estas acciones se han materializado a través de:

- **Elaboración y publicación de contenidos en la página web de la OEPM:** stop-falsificaciones.es.
- **Campañas de sensibilización contra las falsificaciones en la página web de la OEPM:** http://www.oepm.es/es/CS_00_CampaniasDeSensibilizacion.html
- **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 abierta al público, denominada “Marcathlon”, en la que, de una manera lúdica, educativa y deportiva se conciencia de la importancia de la propiedad industrial en la vida cotidiana con actividades para menores y adultos.
- Colaboración con el Ayuntamiento de Madrid y ANDEMA (Asociación para la Defensa de la Marca) en una **campaña contra el fenómeno de las falsificaciones con el lema “Si compras falsificaciones, la aventura siempre acaba mal”**
- Colaboración con la Asociación General de Consumidores ASGECO y la asociación para la Defensa de la Marca ANDEMA en una **campaña** contra el fenómeno de las falsificaciones, **“Consume Original, Sé auténtico”** En esta nueva edición el lema fue **"LOS PRODUCTOS FALSOS ESCONDEN UN SERIO PELIGRO"** e incluyó un **“Roadshow”** con un autobús itinerante que recorrió distintas zonas de España para sensibilizar contra las falsificaciones a consumidores y usuarios. La campaña estuvo presente en Alicante, Cádiz, Córdoba, Cáceres, Madrid, Málaga, Pamplona y Salou.

- Colaboración con la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU) y la asociación para la Defensa de la Marca ANDEMA en una **campaña** contra el fenómeno de las falsificaciones, **“Verdadero o Falso”**. La OEPM apoyó esta campaña difundiendo los materiales divulgativos en sus redes sociales así como asistiendo al acto informativo que se realizó en el mercado de Las Ventas en Madrid
- **Campaña de concienciación sobre el perjuicio que ocasionan las falsificaciones** con el Ayuntamiento de Torrevieja (Alicante) y con ANDEMA. Para promocionar esta campaña, se elaboraron carteles que se colocaron en las marquesinas de distintas ubicaciones de la ciudad así como posters que entregaron a establecimientos situados en toda la ciudad. Además se distribuyeron 10.000 posavasos entre los locales de hostelería de primera línea de playa.

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

SEGUIMIENTO MEDIDAS LEGISLATIVAS.

En materia normativa se hace el seguimiento de la aplicación de dos leyes: la Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios y sus modificaciones, y la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado (LGUM).

La primera de ellas está dirigida al comercio minorista cuya superficie útil de exposición y venta al público no sea superior a 750 m² y establece la declaración responsable o comunicación previa que sustituye a las antiguas licencias previas.

Desde la Secretaría de Estado de Comercio 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 epígrafes de actividades comerciales y de servicios incluidas en el ámbito de aplicación tanto en la Ley 12/2012 como en la Ley 14/2013, 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	2017
ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO	18.415	27.597	14.241	11.406	1.336
ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS	48.796	72.371	65.084	61.754	61.665
TOTALES	67.211	99.968	79.325	73.160	63.001

Por otra parte, la LGUM ha permitido reforzar el marco jurídico de las reformas realizadas en el sector del comercio minorista al establecer un conjunto de principios de buena regulación.

Además, la LGUM ha establecido los llamados **“mecanismos de protección de operadores”**, los cuales canalizan las reclamaciones de los operadores sobre los obstáculos que encuentran a su actividad que pueden ser contrarios a dichos principios. Estos mecanismos 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.

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**.

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 los criterios básicos para la determinación de las **Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGATs)** 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.

El proceso declarativo de las ZGAT por las comunidades autónomas ha continuado y, a las ciudades ya 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 **febrero de 2018**, 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 por comunidades autónomas:

COMUNIDADES Y CIUDADES AUTÓNOMAS	MUNICIPIOS CON ZGAT	ZGAT
Andalucía	29	31
Aragón	9	9
Canarias	49	146
Cantabria	24	29
Castilla y León	10	10
Castilla- La Mancha	12	12
Cataluña	110	111
Ciudad Autónoma de Ceuta**	1	1
Ciudad Autónoma de Melilla	0	0
Comunidad de Madrid*	179	179
C. Foral de Navarra	1	1
Comunidad Valenciana	58	64
Extremadura	0	0
Galicia	4	5
Islas Baleares	44	70
La Rioja	5	5
País Vasco	2	2
Principado de Asturias	2	2
Región de Murcia	12	24
TOTAL	551	701

Datos a febrero de 2018

*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

SEGUIMIENTO DE LAS MEDIDAS DE INCREMENTO DE LA COMPETENCIA EN EL SECTOR DE LOS 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.

En este sentido, desde la entrada en vigor del Real Decreto-ley 4/2013 hasta el 31 de diciembre de 2017, se han abierto **1.474 nuevas estaciones de servicio** (la red española de estaciones de servicio cuenta con unas 11.322 estaciones). De estas nuevas estaciones, el 79% corresponden a gasolineras independientes.

Durante este mismo período de tiempo se han producido 1.303 cambios de operador al por mayor en estaciones de servicio existentes, de los que 553 correspondían a estaciones de servicio bajo la marca de un operador que pasaban a ser independientes y sólo 390 al caso contrario.

Cabe destacar el efecto zonal que tienen estas gasolineras independientes, que suelen ofrecer precios más económicos obligando a su competencia a bajar los precios.

En cualquier caso, hay que tener en cuenta que las medidas introducidas por la Ley 11/2013, como cualquier otra medida de fomento de la competencia, requieren de un periodo de tiempo prolongado para poder apreciar su efecto en los precios de venta al público.

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, algo que hasta ahora sólo podían hacer los operadores al por mayor; 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.

LÍNEA 9.-INTERNACIONALIZACIÓN.

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, y a través de plataformas *online*.

Desde la puesta en marcha del programa hasta 2017, han participado en el mismo **2.163 empresas**, de las cuales, se estima que aproximadamente un **4% (unas 87 empresas)** desarrollan una actividad comercial minorista a través de puntos de venta o plataformas de *e-commerce*.

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.

En 2017 se atendieron 52.849 consultas. Desagregado por sectores, los datos son los siguientes: agroalimentario 14%, bebidas 7%, bienes de consumo 11%, materias primas y productos industriales 17%, servicios 21% y consultas de tipo general, no sectorializables 30%.

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.

En **2017** se prestaron un total de **2.504 servicios personalizados**.

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.

Durante **2017** se organizaron **28 jornadas informativas específicas**, con el objetivo de convertir estos canales en un entorno natural para las pequeñas empresas españolas, que contaron con una asistencia de 2.500 empresas.

LINEA 10. FORMACIÓN Y EMPLEO.

PROGRAMA DE FORMACIÓN DE AGENTES COMERCIALES.

El Centro de estudios Comerciales del ICEX-CECO desarrolla un Programa de Formación para Agentes Comerciales, que tiene como objetivo dotar a los futuros colegiados de nociones básicas multidisciplinares que les facilite el ejercicio posterior como Agente Comercial, siendo éste profesional el que se encarga 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 de Agente Comercial se imparte en la modalidad *on-line*, tiene una duración de 50 horas y su contenido se agrupa en cinco módulos: Técnicas de venta, negociación comercial y comunicación; aspectos administrativos de la actividad comercial; aspectos legales y fiscales de la actividad del agente comercial; nuevas tecnologías aplicadas a la actividad del agente comercial; y ventajas y servicios de la colegiación.

A lo largo de 2017 se celebraron las convocatorias de las ediciones 10ª, 11ª y 12ª del Curso de Agentes Comerciales. Han asistido un total 316 alumnos, lo que supone un incremento del 29,11% respecto a las ediciones del 2014, año en que se inició esta actividad formativa.

AÑO	EDICIÓN	Nº ALUMNOS	APROBADOS	SUSPENDIDOS	COLEGIADOS
2017	10	111	84	27	45
2017	11	92	64	28	38
2017	12	113	88	25	61
TOTAL		316	236	80	144
			74,68%	25,32%	45,57%

SISTEMA NACIONAL DE GARANTÍA JUVENIL.

El Sistema Nacional de Garantía Juvenil tiene como finalidad 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%, 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%, 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 febrero de 2017, la Dirección General de Relaciones con las Comunidades Autónomas y Entes Locales del Ministerio de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales, efectuó una **primera convocatoria de ayudas financiadas por el Fondo Social Europeo**, destinadas a la integración sostenible de personas jóvenes en el mercado de trabajo, en el contexto del Sistema Nacional de Garantía Juvenil, por un importe total de **100 millones de euros**.

El objetivo de estas ayudas es la integración sostenible en el mercado laboral de las personas jóvenes que no trabajan ni participan en los sistemas de educación ni de formación. En concreto, las ayudas están destinadas a cofinanciar proyectos promovidos por las entidades locales solicitantes, que incluyan la realización de actividades formativas constituyentes de itinerarios integrados para la mejora de la formación y la empleabilidad de los jóvenes participantes en las mismas, inscritos en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil.

Esta convocatoria se resolvió en julio de 2017, adjudicándose 75.488.275 euros, a un total de 112 proyectos presentados por las entidades locales, 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).**

En el mes de agosto de 2017, se efectuó una **segunda convocatoria** para asignar aquellos importes de ayuda que no habían resultado absorbidos en la primera convocatoria. Esta convocatoria se ha resuelto en enero de 2018 adjudicándose un total de **25.080.091,87 euros** en **125 proyectos**.

Entre los proyectos subvencionados existen líneas específicamente centradas en el pequeño comercio. En ese sentido, algunos de los proyectos financiados contemplan expresamente la realización de itinerarios formativos directamente relacionados con actividades propias del comercio minorista. Concretamente, las entidades beneficiarias han planteado un total de **68 itinerarios formativos** (algunos de ellos, con varias ediciones) **directamente relacionados con áreas de actividad propias del comercio minorista** como: venta, estrategia y gestión comercial, gestión del pequeño comercio, escaparatismo, innovación comercial, *marketing* digital, comercio electrónico, actividades auxiliares del comercio, especialización en idiomas y TIC, etc.

PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA EL EMPLEO JUVENIL EN LA ECONOMÍA DIGITAL.

Red.es puso 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.

Cofinanciada por el Fondo Social Europeo, cuenta con un **presupuesto total de las ayudas que asciende a la cantidad de 20 millones de euros**.

La convocatoria finalizó el 9 de marzo de 2017, se recibieron solicitudes por valor de 42 millones de euros, duplicando el máximo de la convocatoria.

El importe de ayuda asciende a 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 cubren 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 concede 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 programa se encuentra en fase de ejecución: **se han concedido ayudas a 27 entidades beneficiarias por un total de 19,75 millones de euros** para la realización de **32 proyectos** que conllevan **77 acciones de formación en 14 CC.AA.**

APOYO A PROGRAMAS FORMATIVOS EN ECONOMÍA DIGITAL.

Este programa concede **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.

Cuenta con **2 millones de euros** en becas para estudiantes, cofinanciado entre **Red.es** y la **entidad formativa**.

Tras el fin del plazo de recepción de solicitudes, se recibieron 50 solicitudes de entidades de formación por un importe total de becas de 6,8 millones de euros. Se ha publicado la resolución de la Convocatoria por el importe máximo (2 millones de euros en becas, 1,1 millones de euros en ayuda). El programa se encuentra en fase de ejecución.

FORMACIÓN SECTORIAL. Proyecto E-FishNet.

La Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados (FEDEPESCA) coordina el **proyecto E-FishNet**, el cual está enmarcado en el Programa Erasmus + y cofinanciado por la Unión Europea. El objetivo de este proyecto es promover una **red de colaboración internacional sobre los intereses y la mejora formativa del sector detallista de pescado en Europa**. En el proyecto que inició su andadura en 2016 y que finalizará en 2018, participa un consorcio de 9 organizaciones de Islandia, Inglaterra, Turquía, Portugal y España.

Recientemente se han publicado los resultados obtenidos en el primer estudio realizado sobre la situación actual del sector en materia de formación para pescaderos procedentes de los países del consorcio. Este estudio recoge la opinión del sector detallista de pescado y del consumidor mediante la realización de encuestas y entrevistas. Como conclusiones más relevantes del estudio se pueden citar:

- En ninguno de los países participantes existe formación obligatoria en este sentido, sin embargo desde el sector se considera que sería bastante útil.
- Aunque no hay formación específica obligatoria, sí que existe formación en materia de Higiene y Sanidad Alimentaria de cara a dar cumplimiento a los requisitos de la legislación europea.
- Hay una gran acogida a la existencia de una plataforma de *e-learning* que recoja no sólo las necesidades detectadas por el sector, sino también las detectadas por los clientes.
- En cuanto a la opinión del consumidor, en general, se valora positivamente la profesión de pescadero. Reconocen que muchas de las compras en comercio minoristas de pescado están ligadas a la confianza que les aporta el dependiente, entre otras. Sin embargo demandan de esta profesión que les pueda indicar en el momento de la compra la información nutricional del producto, posibles recetas, cómo combinar sabores, etc.

- A raíz de las opiniones recogidas se considera que son necesarios cursos de formación para el sector detallista de pescado sobre *marketing*, presentación del producto, redes sociales, tiendas *online*, conocimiento sobre recetas y sabores, etc. De esta forma, se detalla cómo debería ser la formación ideal para el sector, la cual está dividida en seis módulos: visión general de la cadena de valor de la pesca, el producto: pescado y marisco, seguridad alimentaria, medioambiente y sostenibilidad, *marketing* y comunicación, y gestión económica.

Por su parte, la Secretaría General de Pesca ha celebrado durante el año 2017 unas **jornadas de sensibilización y formación**, con amplia participación del sector minorista:

- Qué hacer con el pescado que se descarta. La innovación al servicio de la salud
- Sabemos comer pescado. Beneficios y riesgos.
- Identificación, certificación y trazabilidad del pescado.

En dichas jornadas se han analizado tendencias, hábitos, intereses y demandas del consumidor, así como las razones de no consumir pescado a fin de procurar la adaptación del sector a estas nuevas situaciones.

FORMACION PROGRAMADA POR LAS EMPRESAS Y PLANES DE FORMACIÓN.

Para abordar el estudio de los resultados obtenidos en 2017, se tienen en cuenta tres puntos de vista: la formación programada por las empresas, las subvenciones públicas para planes de formación dirigidos a trabajadores ocupados y los títulos de Formación Profesional del sistema educativo.

En cuanto a la **formación programada por las empresas en 2017**, cerca **de 77.000 empresas del sector Comercio** han comunicado a la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo la realización de formación para sus trabajadores.

Referente al número de participantes y acciones de la familia profesional de **Comercio y Marketing**, se han contabilizado 32.095 acciones (70.589 cursos) y 381.678 participantes.

En relación con las **subvenciones públicas para planes de formación dirigidos a trabajadores ocupados**, la convocatoria del año 2016 fue aprobada por la Resolución de 17 de agosto de 2016, de la Dirección General del Servicio Público de Empleo Estatal. De los 27.471.700,63 euros presupuestados en la convocatoria para el **sector comercio**, finalmente se han concedido **ayudas por un valor de 22.206.324,43 euros** para este sector. Los **participantes suscritos correspondientes al sector comercio son 111.491**.

Finalmente, en cuanto a la **Formación Profesional del sistema educativo** durante el 2017 han estado activos 163 títulos dentro de esta modalidad. El número de alumnos matriculados en ciclos de formación Profesional han pasado de 454.053 en el curso 2005-2006, a **810.621 alumnos** para el curso 2017-2018, lo que supone un incremento del 78%. De ellos, 24.000 realizan estudios en formato dual, que asegura al menos un 33% de formación en el centro de trabajo, y en general todos los alumnos de FP realizan un mínimo de un 20% de formación en el centro del trabajo.

FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL EN LA EMPRESA.

La **formación profesional dual en la empresa** tiene 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. En estos casos es la propia empresa la que ejerce como agente formativo, permitiendo que el aprendiz se forme en las mismas condiciones en las que se ejerce la actividad laboral, y que adquiera conocimientos que únicamente se adquieren en el trabajo.

Los datos de los contratos para la formación y el aprendizaje celebrados en el año 2017 en el sector del comercio fueron los siguientes:

ID. AAEE	ACTIVIDAD ECONÓMICA DESTINO DEL CONTRATO (CNAE09)	Nº DE CONTRATOS
45	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	1.141
47	Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	8.939
TOTAL		10.080

ESTUDIO DE DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES FORMATIVAS.

El Observatorio de las Ocupaciones es la unidad técnica del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) que 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

En este sentido, el Servicio Público de Empleo Estatal ha realizado en 2017 un **Estudio prospectivo del sector del comercio minorista**, en colaboración con la Dirección General de Política Comercial y Competitividad. El objetivo de dicho estudio era **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 la consecución del mencionado objetivo, se ha aplicado la metodología prospectiva utilizada por el Observatorio de Ocupaciones del SEPE, que ha utilizado técnicas cuantitativas y cualitativas en los distintos capítulos en los que está estructurado el estudio:

- **Caracterización.** En este capítulo se muestra la situación del sector en función de una serie de indicadores socioeconómicos (PIB, facturación, índice de ventas, distribución en el país...), así como la normativa que le afecta más directamente. Se presenta también un análisis DAFO relativo a las perspectivas de futuro del sector.

- **Mercado de trabajo.** Aquí se presentan y analizan los principales indicadores de mercado de trabajo del comercio minorista y su evolución: actividad, ocupación y desempleo según la Encuesta de Población Activa, número de establecimientos y afiliados a la Seguridad Social en las distintas subactividades que lo integran, según diversas variables de sexo, edad, nacionalidad, relación laboral (autónomos y asalariados); y sobre todo se muestra información de la contratación realizada y del paro registrado en el sector, tratando dichas variables, y otras tales como las ocupaciones más contratadas, la temporalidad y rotación en el empleo.
- **Visión del sector según los expertos consultados.** Recoge información cualitativa basada en la visión y opiniones de expertos consultados acerca de las perspectivas del sector, innovaciones, estrategias de mejora, ocupaciones con mejor previsión y necesidades formativas. Esta información se ha obtenido mediante dos vías: una encuesta a una selección de empresas y una serie de entrevistas y reuniones con paneles de expertos.

En el primer caso, se determinó una muestra de empresas del sector siguiendo la metodología de Arkin y Colton (tomando una población finita, en la hipótesis de $p = 50\%$. Margen de confianza de 95,5 por 100), según la cual la muestra debía contener un mínimo de 400 empresas. Se tuvo en cuenta el número de empresas de cada epígrafe a cuatro dígitos de la CNAE 47 y el número de trabajadores según tramos. Se elaboró un cuestionario con la colaboración de la Subdirección General de Tecnologías de la Información y Comunicaciones del SEPE, para poder ser enviado en formato *online*.

Se estableció que desde la Unidad del Observatorio del SEPE de cada una de las 52 provincias se contactase con un mínimo de nueve empresas, de modo que la muestra se compuso de 468 empresas, de las cuales se obtuvo respuesta de 381 cuestionarios, lo que supone un índice de participación del 81,41 % respecto de la muestra.

En el segundo caso, se ha realizado una serie de entrevistas y reuniones con expertos del sector, como son, en primer lugar, la Dirección General de Política Comercial y Competitividad (MINECO) y la Confederación Española de Comercio, así como representantes de asociaciones de comercio de alimentación, empresas importantes de

comercio electrónico y comercio minorista en general, universidades, federaciones regionales de comercio y cámaras de comercio.

- **Formación en el sector.** En este capítulo se relacionan las distintas vías y títulos académicos que componen la oferta formativa del sector: formación reglada – profesional y universitaria- y formación para el empleo (certificados de profesionalidad).
- **Fichas de ocupaciones.** Se están elaborando unas fichas para cada una de las ocupaciones (Grupos Primarios de la CNO 2011) más representativas del comercio minorista, en la que se exponen y analizan datos de paro y contratación de la ocupación en el sector en estructura de gráficos y tablas.

También se exponen las principales tendencias y necesidades formativas de cada ocupación, según competencias técnico profesionales y competencias transversales, basadas en la opinión de los expertos consultados, así como en la información recogida en la labor de detección de necesidades formativas para dar cumplimiento al artículo 4 de la Ley 30/2015, de 9 de septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral, en lo reflejado en la oferta de empleo en Internet (recogida en los documentos elaborados por el Observatorio de Perfiles de la Oferta), así como otras fuentes cualitativas relevantes.

- **Conclusiones.** Extrae las principales conclusiones derivadas de la interrelación de la información recogida en los distintos capítulos, así como contrastándola con las líneas expuestas en el Plan de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2017, elaborado por la Secretaría de Estado de Comercio.

TITULACIONES DE FORMACIÓN DE LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING.

La Dirección General de Formación Profesional del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte ha establecido un nuevo **título de Grado Medio: “Técnico en comercialización de productos alimentarios”** aprobado por el Real Decreto 189/2018, de 6 de abril.

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.

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.

A continuación se indican los **certificados de profesionalidad** (completos y parciales) expedidos en el ámbito de comercio y *Marketing*, durante 2017, por el ámbito de gestión (SEPE/CCAA):



FORMACIÓN EN EXPERIENCIA DE CLIENTE. (CUSTOMER EXPERIENCE)

En el marco del Convenio de colaboración, firmado el 20 de octubre de 2017, entre el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y la Fundación EOI, y con colaboración de la Confederación Española de Comercio (CEC); se lanzó una iniciativa orientada al desarrollo de **cinco acciones de formación en Experiencia de Cliente (Customer Experience)**, para la mejora del posicionamiento competitivo del comercio minorista, con un presupuesto total de 60.000 euros.

Estas acciones de formación consisten en la realización de un programa formativo que consta de dos niveles: jornadas de sensibilización en Experiencia Cliente y Curso en Experiencia de Cliente, el cual se divide a su vez en tres bloques y permite profundizar en la materia a los participantes.

En año 2017, se ha realizado **un programa formativo** piloto que ha tenido lugar en Albacete, durante el mes de diciembre y al que han asistido **12 participantes**.

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.

Los últimos datos disponibles de acuerdo con la Tesorería General de la Seguridad Social de las **bonificaciones aplicadas a los comerciantes vinculados al sector turístico** entre julio de 2012 y septiembre de 2017 (últimos datos disponibles) se sitúan en **65,65 millones de euros**, habiéndose bonificado las empresas en concepto de **129.074 trabajadores**.

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, a través de bonificaciones y deducciones fiscales.

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. El total de contratos indefinidos de apoyo a los emprendedores comunicados en el sector comercio para el periodo enero/diciembre 2017 se muestra en el siguiente cuadro:

CNAE	ACTIVIDAD ECONÓMICA DE DESTINO DEL CONTRATO (CNAE09)	Nº DE CONTRATOS INDEFINIDOS			
		Completos	Parcial	Fijo discontinúa	Total
45	Venta y reparación de vehículos de motos y motocicletas	5.502	1.207	6	6.715
47	Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	17.905	14.393	285	32.583
TOTAL		35.986	19.543	458	39.398

Ministerio de Economía, Industria y Competitividad

Depósito Legal: M-12277-2017

NIPO: 057-17-092-X

e-NIPO: 057-17-093-5