



DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA E INNOVACIÓN

DECRETO 160/2014, de 6 de octubre, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba la segunda revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón y el texto resultante del mismo.

El artículo 71.25.^a del Estatuto de Autonomía de Aragón, reformado por la Ley Orgánica 5/2007, de 20 de abril, atribuyen a la Comunidad Autónoma de Aragón, las competencias exclusivas en materia de comercio. La competencia en materia de comercio comprende la regulación de la actividad comercial, incluidos los horarios y equipamientos comerciales, respetando la unidad de mercado, así como la regulación administrativa de las diferentes modalidades de venta, con especial atención a la promoción, desarrollo y modernización del sector. Ferias y mercados interiores.

Por otra parte el artículo 79 del Estatuto dispone que en las materias de su competencia, corresponde a la Comunidad Autónoma el ejercicio de la actividad de fomento.

La citada competencia del artículo 71.25.^a se atribuye en la actualidad al Departamento de Industria e Innovación en virtud de lo dispuesto en el Decreto 27/2012, de 24 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba su estructura orgánica.

La competencia en materia de comercio ya se recogía en el anterior texto del Estatuto de Autonomía, y es al amparo del artículo 35 del mismo que se dictó la Ley 9/1989, de 5 de octubre, de ordenación de la actividad comercial. En esta norma se establece la necesidad de elaborar por parte del Gobierno de Aragón una planificación estratégica de la política comercial en aspectos tan importantes como las acciones de fomento y dinamización del sector comercial, tanto en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas, como en el caso de la ordenación de las grandes superficies comerciales y, por ello, se dispone que el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón tiene como objetivo establecer las directrices para adecuar el equipamiento comercial a las necesidades de consumo y compra de los residentes en los distintos municipios y comarcas de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Al amparo de lo anterior se elaboró, a propuesta del entonces Departamento de Industria, Comercio y Turismo, el Plan General de Equipamiento Comercial aprobado por el Decreto 112/2001, de 22 de mayo, del Gobierno de Aragón.

Posteriormente mediante el Decreto 171/2005, de 6 de septiembre, del Gobierno de Aragón, se aprobó la primera revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, que refuerza la estrategia específica en materia de comercio del Gobierno de Aragón. La vigencia del Plan es indefinida sin perjuicio de permitir su revisión en todos aquellos supuestos en los que la variación de las circunstancias que se apreciaron o tuvieron en cuenta para su elaboración lo hagan preciso.

Desde la aprobación de la primera revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, las circunstancias sociales y económicas han variado sustancialmente, a lo que hay que unir la propia evolución en los hábitos de compra y modelos comerciales, lo cual evidencia la necesidad de realizar una segunda revisión del Plan acorde con la nueva situación actual.

Además de los cambios en la coyuntura económica, en el proceso de revisión de este Plan también es necesario incorporar algunas modificaciones normativas que se han producido desde el año 2005.

En primer lugar, una de las modificaciones normativas más importante desde la entrada en vigor de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, ha sido la aprobación de su Reglamento de desarrollo, aprobado por Real Decreto 887/2006, de 21 de julio.

Mediante Orden de 20 de febrero de 2012, se aprueba el Plan estratégico de Subvenciones 2012-2015 del Departamento de Industria e Innovación, según se regula en el artículo 10 y siguientes del Reglamento de desarrollo de la Ley 38/2003. El Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón complementa el Plan estratégico de subvenciones ya aprobado.

Por otra parte, el proceso de transposición de la Directiva de Servicios ha implicado la modificación de la citada Ley 9/1989, que se realizó mediante el Decreto-Ley 1/2010, de 27 de abril, del Gobierno de Aragón, de modificación de diversas leyes de la Comunidad Autónoma de Aragón para la transposición de la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior.

Por último, en el actual contexto económico el Estado procedió a la aprobación del Real Decreto-Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, que incluye una serie de medidas que han supuesto la modificación de la Ley estatal 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales y de la



Ley estatal 7/1996, de 15 de enero, de comercio minorista. Por consiguiente, las modificaciones de ambas normas ha supuesto el cambio de una parte del marco jurídico que debe ser respetado por la legislación autonómica, que se materializó a través del Decreto-Ley 1/2013, de 9 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se modifican la Ley 9/1989, de 5 de octubre, de ordenación de la actividad comercial, y la Ley 7/2005, de 4 de octubre, de horarios comerciales y apertura de festivos.

Una vez que se ha modificado la legislación que determina las bases para el desarrollo del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón es el momento oportuno para realizar su revisión, tanto en los aspectos relativos a la ordenación como en los correspondientes a la acción de fomento de la actividad comercial.

Finalmente, como paso previo a la elaboración de una nueva estrategia, se ha realizado una evaluación de las acciones y programas del periodo 2005-2012, como punto de partida de las nuevas líneas de trabajo y como herramienta de ajuste para los programas de actuación que se mantienen.

En último lugar la elaboración de la Estrategia Aragonesa de Competitividad y Crecimiento también influye en la necesidad de efectuar una revisión de este Plan. Así la citada Estrategia recoge cuatro planos fundamentales de carácter transversal que permiten planificar la acción de la política económica de la Comunidad Autónoma de Aragón. Estos cuatro planos son la Competitividad, la Internacionalización, la Financiación, y el Diálogo Social y Coordinación Institucional. Dentro del plano de la competitividad, el sector comercial adquiere una relevancia fundamental en el contenido de la Estrategia ya que, al ser el último eslabón de la cadena de valor, permitirá verificar, la correcta ejecución de la misma, siendo el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, la directriz adecuada para construir la línea estratégica en materia de política comercial del Gobierno de Aragón.

Por Orden de 1 de octubre de 2013, del Consejero de Industria e Innovación, se acordó el otorgamiento del trámite de audiencia y de información pública en el procedimiento de elaboración de este Decreto.

Así mediante Resolución de 9 de enero de 2014, del Director General de Comercio y Artesanía, publicada en el "Boletín Oficial de Aragón", número 25 de 5 de febrero de 2014, se somete al trámite de información pública el Decreto por el que se aprueba la segunda revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, y el texto resultante del mismo.

Por otro lado, desde la Dirección General de Comercio y Artesanía se procedió a dar audiencia del mismo, a distintas organizaciones empresariales, sindicatos, asociaciones de comercio y otras entidades representativas de intereses del sector comercial.

De los trámites de audiencia e información pública se presentaron diversas alegaciones que han sido estudiadas y consideradas para llevar a cabo la elaboración del Plan aprobado en este Decreto.

Asimismo, en esta segunda revisión del Plan General de Equipamiento de Comercial de Aragón ha participado el Observatorio Aragonés del Comercio como órgano de consulta y participación en materia de la actividad comercial, que en su reunión de 28 de abril de 2014 lo informó favorablemente.

Así, para la aprobación de este Decreto se han respetado los trámites exigidos por el ordenamiento jurídico.

En su virtud, a propuesta del Consejero de Industria e Innovación, oído el informe de la Dirección General de Servicios Jurídicos, y de acuerdo al Dictamen del Consejo Consultivo de Aragón, y previa deliberación del Gobierno de Aragón en su reunión de 6 de octubre de 2014,

DISPONGO:

Artículo único. Aprobación de la segunda revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón.

Se aprueba la segunda revisión del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, y su texto resultante que se inserta a continuación.

Disposición final primera. Habilitación de Desarrollo.

Se autoriza al titular del Departamento competente en materia de comercio para dictar las normas necesarias para la aplicación y desarrollo de este Decreto.

Disposición final segunda. Vigencia del Plan.

El Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón tendrá vigencia indefinida sin perjuicio de su revisión cuando el seguimiento del mismo lo requiera.



Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*
Este Decreto y el Plan que se revisa entrarán en vigor el día siguiente al de su publicación en el "Boletín Oficial de Aragón".

Zaragoza, 6 de octubre de 2014.

La Presidenta del Gobierno de Aragón
LUISA FERNANDA RUDI ÚBEDA

El Consejero de Industria e Innovación
ARTURO ALIAGA LÓPEZ

PLAN GENERAL PARA EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ARAGON

CAPITULO I Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto.*

1. El Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón, en adelante PGECA, tiene por objeto establecer el marco de actuación del Gobierno de Aragón en materia de promoción y dinamización del sector del comercio minorista aragonés, para lo cual establece los objetivos estratégicos a alcanzar en esta materia, define los ejes, programas de trabajo y acciones en las que se concretan estos últimos, y establece un sistema de seguimiento y evaluación continua de los instrumentos que conforman el Plan.

2. Asimismo y de acuerdo con la normativa vigente en materia de comercio interior en Aragón, son objetivos estratégicos del PGECA:

- a) Lograr un nivel adecuado de equipamiento comercial y una distribución territorial equilibrada de los establecimientos comerciales.
- b) Introducir de forma progresiva y armónica los nuevos sistemas de venta comercial.
- c) Garantizar la seguridad, salubridad y demás condiciones de los establecimientos comerciales.
- d) Satisfacer las necesidades de los consumidores protegiendo sus legítimos intereses.
- e) La creación de nuevos empleos emergentes de calidad en el sector de comercio y el mantenimiento de los existentes, adaptándolos a las nuevas estructuras de distribución comercial, así como a las exigencias sociales.

Artículo 2. *Criterios de desarrollo.*

1. El Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón se desarrollará mediante un Plan de Acción que contendrá los ejes de trabajo, programas y acciones concretas.

2. Los ejes de trabajo definirán las áreas genéricas de actuación y se desarrollarán mediante uno o varios programas que contendrán los objetivos, las acciones subvencionables, los beneficiarios, los recursos disponibles, así como el sistema de seguimiento y control de los mismos que se llevará a cabo mediante un conjunto de instrumentos cuantificables o indicadores y que se concretarán en el Plan de Acción.

3. El seguimiento del Plan corresponderá al Observatorio Aragonés del Comercio que emitirá un informe al respecto. El seguimiento del Plan consiste en la evaluación y revisión anual de las acciones realizadas con el fin de verificar el cumplimiento de los objetivos de cada programa. A través del seguimiento de los programas se dispondrá de conocimiento sobre los distintos ejes de trabajo, base para el seguimiento y mejora continua del PGECA.

CAPÍTULO II Desarrollo del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón

SECCIÓN 1.ª PLAN DE ACCIÓN

Artículo 3. *Plan de Acción.*

1. El Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón se desarrollará mediante un Plan de Acción que contendrá los ejes de trabajo, programas y acciones concretas en que se desarrollarán los mismos.

2. La elaboración del Plan de Acción, así como sus posibles modificaciones, corresponderá a la Dirección General en materia de comercio interior y su aprobación definitiva, previo



informe preceptivo del Observatorio Aragonés del Comercio, corresponderá al titular del Departamento competente en la materia.

El Plan será revisado si procede su modificación o una nueva aprobación como consecuencia de los resultados del seguimiento del mismo.

3. La Dirección General competente en materia de comercio interior será la responsable de la implementación del Plan de Acción y su seguimiento se efectuará por el Observatorio Aragonés del Comercio. A estos efectos, se determinará para cada programa de trabajo un conjunto de indicadores relacionados con los objetivos del Plan, que recogidos periódicamente por los responsables de su seguimiento, permitirán conocer el estado de la situación y los progresos conseguidos en el cumplimiento de los respectivos objetivos.

4. El Plan de Acción contendrá una estimación de los costes previsibles para su realización y fuentes de financiación, donde se detallarán las aportaciones de las distintas Administraciones Públicas, de la Unión Europea y de otros órganos públicos o privados que participen en estas acciones de fomento, así como aquellas que, teniendo en cuenta el principio de complementariedad, correspondan a los beneficiarios de las subvenciones.

5. La efectividad del Plan de Acción quedará condicionada a la puesta en práctica de las diferentes líneas de subvención de acuerdo con las disponibilidades presupuestarias existentes de cada ejercicio. Asimismo se sujetará a lo dispuesto en el Plan de Racionalización del Gasto Corriente del Gobierno de Aragón.

SECCIÓN 2.ª EJES DE TRABAJO DEL PLAN GENERAL PARA EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ARAGÓN

Artículo 4. *Definición de los Ejes de Trabajo.*

1. Los Ejes de Trabajo son los ámbitos estratégicos determinados para el desarrollo del sector comercial aragonés hacia los que se orientan los recursos económicos y técnicos del PGECA. De este modo, los ejes de trabajo definen las áreas genéricas de actuación y se desarrollan mediante uno o varios programas que contienen los objetivos, las acciones subvencionables, los beneficiarios, los recursos disponibles, así como el sistema de seguimiento y control de los mismos.

2. En cada Eje de Trabajo se identifican los fallos que éste aspira a corregir y los objetivos y efectos previstos.

3. Los Ejes de Trabajo han de estar vinculados con lo establecido en los correspondientes programas presupuestarios.

Artículo 5. *Eje de Trabajo para el apoyo a la competitividad de las pymes de comercio minorista aragonés.*

1. Los fallos que aspira a corregir este eje de trabajo son:

La reducida dimensión de las pymes y su menor capacidad para acceder a los mercados financieros, de servicios y de proveedores genera una competencia asimétrica en el sector. Asimismo, es necesario considerar la necesidad de establecer un modelo de ayudas que considere las diferencias entre los distintos tamaños de empresa, impulsando el crecimiento de las mismas atendiendo a su diversidad.

2. Los objetivos y efectos previstos en este eje de trabajo son:

- a) El impulso a la implantación de sistemas de gestión empresarial y de interacción con clientes y proveedores basados en la innovación, la calidad, la mejora continua y la excelencia.
- b) El fomento del espíritu emprendedor, la profesionalización de los empresarios de comercio y la adquisición de nuevas competencias por parte de los recursos humanos del sector.
- c) Facilitar el acceso al crédito y la creación de las herramientas de ayuda para la realización de inversiones específicas que tengan por objeto la mejora del tejido comercial.
- d) Potenciar la integración de los empresarios comerciales con su entorno urbano y social.

Artículo 6. *Eje de Trabajo para el apoyo a las asociaciones de empresarios de comercio.*

1. Los fallos que aspira a corregir este eje de trabajo son:

La reducida dimensión de las pymes les impide alcanzar economías de escala y movilizar recursos suficientes para la realización de actuaciones dirigidas a la mejora de su entorno urbano y comercial o hacia los consumidores y clientes potenciales. Entendemos la cooperación empresarial como un vehículo para la mejora de la cultura empresarial del sector, por ello



es necesario desarrollar un modelo de trabajo asociativo coherente con el modelo comercial y territorial en cada polaridad comercial.

2. Los objetivos y efectos previstos en este eje de trabajo son:

- a) Incrementar las actuaciones, tanto cuantitativa como cualitativamente, al colectivo de empresarios de comercio redundando en la mejora de la competitividad de los mismos.
- b) Fomentar la existencia de una red de dinamizadores comerciales que incrementen la profesionalidad del trabajo colectivo realizado.
- c) Favorecer el asociacionismo y la participación activa de los empresarios de comercio en los proyectos comunes del sector territorial y/o gremial en que se inscriben.

Artículo 7. Eje de Trabajo para el fomento y gestión del conocimiento del sector comercial.

1. Los fallos que aspira a corregir este eje de trabajo son:

Todos los agentes sociales involucrados en el sector comercial deben disponer de la información existente con el fin de conocer la situación del sector y poder de este modo ser partícipes del proceso de mejora continua del mismo.

2. Los objetivos y efectos previstos en este eje de trabajo son:

- a) Garantizar la existencia de informes para la mejora continua de los programas y herramientas de trabajo del Plan General de Equipamiento Comercial de Aragón con el consiguiente aumento de la satisfacción y resultados en el sector.
- b) Promover la realización de informes sectoriales y/o territoriales sobre el sector comercial a instancias de entidades locales y/o asociaciones de empresarios de comercio locales y/u otras entidades que cuenten entre sus funciones con la defensa del comercio.
- c) Promover la realización de planes estratégicos para la mejora de la eficacia y el impacto de las intervenciones de asociaciones de empresarios de comercio.
- d) Garantizar la difusión adecuada de todo el conocimiento generado a través del Plan a posibles beneficiarios.
- e) Dotar de reconocimiento al sector, difundiendo la función pública y social del comercio.

Artículo 8. Eje de Trabajo para el apoyo especial al comercio de zonas rurales.

1. Los fallos que aspira a corregir este eje de trabajo son:

En las zonas rurales, la menor población, unida a la mayor distancia a las polaridades comerciales, implica una mayor necesidad de apoyar el mantenimiento de un tejido comercial de proximidad.

2. Los objetivos y efectos previstos en este eje de trabajo son:

- a) Fomentar la existencia de una red de distribución comercial de oferta básica para todo el territorio.
- b) Fomentar el reconocimiento de la mayor función social que desempeña el comercio en estas zonas.
- c) Incrementar la relación de la actividad comercial con otras actividades económicas y sociales complementarias.
- d) Apoyar el mantenimiento del comercio de proximidad en zonas rurales reconociendo el papel social que cumplen este tipo de establecimientos.

Artículo 9. Eje de Trabajo para el apoyo a las entidades locales aragonesas para el urbanismo comercial.

1. Los fallos que aspira a corregir este eje de trabajo son:

El modelo de ciudad que se define y desarrolla por parte de las entidades locales tiene como consecuencia la concreción de un modelo comercial determinado. Esto puede dar lugar a un desarrollo del sector comercial coherentemente integrado en el urbanismo de la ciudad, o dar lugar a un sector que no se encuentra integrado en el urbanismo de la ciudad lo cual puede generar barreras a la entrada y salida.

2. Los objetivos y efectos previstos en este eje de trabajo son:

- a) Auspiciar el compromiso y el liderazgo de las entidades locales en intervenciones de (re)diseño urbano en su espacio público en apoyo del sector comercial local.
- b) Mejorar el atractivo del espacio comercial local y la accesibilidad de los consumidores al mismo.
- c) Promover la reflexión sobre el modelo de ciudad y su impacto en el modelo comercial.
- d) Lograr la inclusión de los parámetros comerciales en la planificación urbana.

Artículo 10. Eje de Trabajo para el apoyo a la introducción y desarrollo de las nuevas tecnologías y la innovación en el comercio minorista.



1. Los fallos que aspira a corregir este eje de trabajo son:

Las condiciones cambiantes del entorno en el que se encuadra el sector comercial y los nuevos modelos de compra hacen necesaria la incorporación y desarrollo de las nuevas tecnologías y la innovación en el comercio minorista.

2. Los objetivos y efectos previstos en este eje de trabajo son:

- a) Mejorar la productividad de los procesos de producción y de prestación de servicios.
- b) Mejorar la productividad de los procesos de gestión.
- c) Mantenerse constantemente informado de las necesidades y gustos de los consumidores para anticiparse a los cambios del mercado.
- d) Desarrollar nuevos modelos de compraventa, complementarios a los modelos tradicionales que conlleven ahorros de costes y de tiempo, tanto para el empresario, como para el consumidor.
- e) Reducir las barreras a la entrada al multicanalismo, tanto por parte del sector comercial minorista, como por parte de los consumidores.
- f) Impulsar la iniciativa emprendedora y renovar las estructuras tradicionales.

Artículo 11. Eje de Trabajo para el apoyo para inversiones y gastos extraordinarios sobrevenidos por fuerza mayor en el sector comercial.

1. Los fallos que aspira a corregir este eje de trabajo son:

Se pueden originar circunstancias imprevistas y excepcionales que afectan negativamente al normal desarrollo de la actividad económica en general y por extensión al sector comercial, incluso generando dificultades de abastecimiento de la población de imposible corrección a corto y medio plazo.

2. Los objetivos y efectos previstos en este eje de trabajo son paliar los efectos negativos ocasionados por dichas circunstancias.

SECCIÓN 3.ª PROGRAMAS DEL PLAN GENERAL PARA EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ARAGÓN

Artículo 12. Definición de los programas.

1. Los programas de trabajo son los instrumentos en los que se concretan los distintos ejes de trabajo y que permiten llevar a la práctica cada área estratégica.

2. Cada programa de trabajo contendrá los objetivos y actuaciones subvencionables, los beneficiarios hacia los que se destinan las ayudas, los criterios de accesibilidad a los mismos, plan de financiación y sus mecanismos de revisión. Asimismo deberán identificar los efectos que se pretenden con su aplicación.

3. Los programas de trabajo se revisarán, reformularán y añadirán o eliminarán del Plan de Acción en función del resultado derivado de los indicadores relacionados con los objetivos, así como de las necesidades del sector comercial en cada momento.

4. Los programas de trabajo se ejecutarán mediante los créditos asignados en los correspondientes presupuestos a través de concurrencia competitiva, convocatorias abiertas, concesión directa o mediante la firma de convenios entre el Departamento y distintos beneficiarios.

Artículo 13. Programas que desarrollan el Eje de Trabajo de apoyo a la competitividad de las pymes de comercio minorista aragonés.

1. Programa para el diseño y ejecución de Planes de Empresa y Excelencia en la Gestión.

a) Motivación: Las pymes tienen una menor tendencia a la definición de una estrategia empresarial que marque objetivos de mejora o crecimiento personalizados y que abarquen a los distintos elementos de su actividad. La utilización de herramientas de excelencia en la gestión, de calidad o de mejora continua ha producido importantes mejoras en otros sectores económicos.

b) Objetivos.

1.º Promover la certificación e implantación en la norma UNE 175.000 de calidad en el comercio minorista aragonés.

2.º Disponer de un servicio de atención a las empresas de comercio para que conozcan cuáles son sus principales oportunidades de mejora y puedan iniciar el proceso de consolidación o crecimiento buscado mediante niveles progresivos de profundidad en los análisis.

3.º Reconocer modelos de "buenas prácticas" del sector comercial, como método para promover la transferencia de ideas y experiencias dentro del sector comercial.

2. Programa para la modernización y reforma de establecimientos comerciales.



- a) Motivación: El nivel de inversión necesaria para el constante reforzamiento de la identidad del establecimiento comercial o de la pequeña galería comercial sitúa a las pymes en una posición de desigualdad frente a las grandes empresas.
- b) Objetivos.
 - 1.º Actualizar y renovar la imagen de los establecimientos y galerías comerciales aragoneses.
 - 2.º Mejorar el equipamiento comercial de las pymes comerciales.
 - 3.º Apoyar inversiones ligadas a los planes de consolidación y crecimiento empresarial trazados.
- 3. Programa de relevo generacional.
 - a) Motivación: El mantenimiento de la actividad comercial en las zonas comerciales existentes es la mejor prevención para evitar el deterioro de las mismas, ayudando a mantener la vitalidad del conjunto.
 - b) Objetivos.
 - 1.º Favorecer el contacto entre empresarios que quieran ceder su negocio y emprendedores- familiares o no- que deseen mantener su actividad.
 - 2.º Asesorar a ambas partes de manera que se asegure la pervivencia de un sector comercial bajo estándares de calidad.
 - 3.º Facilitar la realización de protocolos familiares.
- 4. Programa de mejora de la financiación de la pyme comercial.
 - a) Motivación: De manera estructural las pymes tienen unas peores condiciones de acceso al crédito para financiar las inversiones, por lo tanto es necesario aportar herramientas para que éstas puedan acceder al crédito en las mismas condiciones que el resto del tejido empresarial sin restricción de tamaño.
 - b) Objetivos. Ofrecer a las pymes de comercio una visión integrada y global de las actuaciones de subvención directa del diferencial del tipo de interés, de la concesión de avales para el acceso al crédito y de las líneas de crédito disponibles a través de diferentes organismos públicos, para orientarles en la ubicación de recursos que les permitan emprender la mejora y expansión de sus negocios. Las acciones de apoyo en esta materia, se llevan a cabo desde organismos especializados de las distintas administraciones mediante la celebración de convenios o encomiendas de gestión u otras formulas análogas.
- 5. Programa de apoyo a la recuperación del comercio de proximidad.
 - a) Motivación: La disminución de la renta disponible de las familias, unido a la contracción de la demanda, han reducido el consumo en los últimos años, siendo el comercio, último eslabón de la cadena de valor, un sector sensible a estos cambios. Esto hace necesario paliar la pérdida de presencia de comercio de proximidad en algunas zonas urbanas comerciales (ZUC) de las ciudades y del ámbito rural.
 - b) Objetivos.
 - 1.º Mantener y recuperar el tejido comercial de proximidad.
 - 2.º Favorecer la implantación de nuevos comercios en zonas comerciales que han perdido parte de su actividad comercial.
 - 3.º Potenciar las áreas y zonas comerciales de los Planes Locales de Equipamiento Comercial.

Artículo 14. Programas que desarrollan el Eje de Trabajo para el apoyo a las asociaciones de empresarios de comercio.

- 1. Programa de promoción y dinamización del comercio asociado.
 - a) Motivación. Es necesaria impulsar la colaboración entre las pymes comerciales de una zona o gremio para conseguir la relevancia que les permita ser reconocidos por sus clientes, así como generar economías de escala y experiencia entre los distintos asociados.
 - b) Objetivos.
 - 1.º Apoyar a las asociaciones zonales y gremiales para trabajar una imagen común eficaz con la que transmitir valores positivos orientados a fomentar la compra.
 - 2.º Difundir las ventajas competitivas y puntos fuertes del pequeño comercio de proximidad.
 - 3.º Apoyar la realización conjunta por parte de empresarios de comercio de acciones dirigidas a la fidelización de clientes y a la promoción comercial.
- 2. Programa de dinamizadores comerciales.
 - a) Motivación. La existencia de personas con dedicación profesional a la dinamización comercial incrementa de manera notable la capacidad de actuación de las asociaciones



- y la profesionalización de las mismas, siendo necesaria esta figura de forma directa para la sostenibilidad de las asociaciones y de forma indirecta para la profesionalización de los empresarios de comercio que integran dichas asociaciones.
- b) Objetivos.
- 1.º Impulsar la mejora de la eficacia y eficiencia en la planificación, ejecución y evaluación de las acciones de una asociación de empresarios de comercio.
 - 2.º Disponer de un servicio de formación y profesionalización para los dinamizadores comerciales.
3. Programa de innovación asociativa.
- a) Motivación. La importancia social del comercio implica que su ámbito de actuación supera lo meramente económico y se imbrica y relaciona con muchos otros ámbitos de su entorno urbano. Esto plantea el reto del crecimiento de las posibilidades de actuación, pero a su vez de la financiación estable de las mismas y de la capacidad de las asociaciones para gestionar proyectos más amplios.
- b) Objetivos. Analizar las condiciones y posibilidades de evolución de la actividad de las asociaciones de empresarios de comercio, con el fin de innovar en su concepción, sistemas de participación empresarial e integración en su entorno urbano.

Artículo 15. Programas que desarrollan el Eje de Trabajo para el fomento y gestión del conocimiento del sector comercial.

1. Programa de Trabajo permanente del Observatorio Aragonés del Comercio.
 - a) Motivación: El desarrollo de las funciones y competencias del Observatorio Aragonés del Comercio requerirá disponer de información precisa sobre las distintas materias que le conciernen y establecer mecanismos de interacción con el sector.
 - b) Objetivos.
 - 1.º Disponer de la información adecuada para el impulso y evaluación continua del Plan General de Equipamiento Comercial de Aragón.
 - 2.º Gestionar la comunicación y difusión de la información entre los diferentes actores del sector.
2. Programa de generación de conocimiento y dinamización comercial con carácter local.
 - a) Motivación: La cooperación empresarial es en sí misma un importante programa del PGECA. La eficacia de este programa se verá incrementada si se dota a las asociaciones de empresarios particulares del conocimiento de sus principales oportunidades de mejora tanto en su organización interna como en los servicios y actuaciones que dirigen a las empresas asociadas.
 - b) Objetivos.
 - 1.º Realizar diagnósticos sobre el contexto socioeconómico y comercial en polaridades comerciales a instancias de entidades sin ánimo de lucro o ayuntamientos locales.
 - 2.º Promover la profesionalización de las asociaciones de empresarios de comercio para iniciar procesos de consolidación y/o crecimiento asociativo y para aumentar el impacto de las intervenciones sobre el sector que realizan las asociaciones.
3. Programa Premio Aragonés del Comercio.
 - a) Motivación: Es necesario incrementar el reconocimiento social a la actividad comercial, de modo que los empresarios de comercio y las asociaciones de comerciantes continúen siendo uno de los motores principales del impulso del sector comercial. A su vez este reconocimiento permite generar un efecto incentivador en el resto de agentes del sector.
 - b) Objetivos.
 - 1.º Identificar, reconocer y difundir entre todo el sector y la ciudadanía en general las mejores prácticas en materia de comercio que se llevan a cabo en la Comunidad Autónoma de Aragón.
 - 2.º Dotar de prestigio social a una actividad, el comercio, fundamental no solo en términos económicos sino también sociales.

Artículo 16. Programas que desarrollan el Eje de apoyo especial al comercio de zonas rurales.

1. Programa de consolidación y expansión del Multiservicio Rural
 - a) Motivación: Los pequeños municipios aragoneses en los que la actividad comercial no existe o tiene un importante riesgo de desaparecer requieren apoyo para conseguir mantener estas actividades cuya importancia social es superior incluso al impacto económico que generen.
 - b) Objetivos.



- 1.º Identificar municipios donde se den condiciones básicas que los conviertan en potenciales beneficiarios del programa Multiservicio Rural.
 - 2.º Seleccionar y formar emprendedores potenciales gestores de un establecimiento Multiservicio Rural.
 - 3.º Apoyar técnica y económicamente a los ayuntamientos para la adecuación y equipamiento de establecimientos municipales para su conversión en Multiservicio Rural.
 - 4.º Identificar las actividades y servicios más interesantes para cada MSR particular y trabajar junto con las entidades locales pertinentes y los emprendedores correspondientes su materialización mediante el apoyo técnico y económico al proyecto.
 - 5.º Realizar actuaciones de promoción y publicidad del programa Multiservicio Rural.
 - 6.º Fomentar la cooperación entre el mayor número de entidades públicas y privadas posibles para dotar de impulso al proyecto.
2. Programa de ayudas para pymes en Localidades Rurales.
- a) Motivación: En localidades donde aún existe un mínimo tejido comercial, es importante dar un apoyo especial a los empresarios que realicen inversiones en sus negocios.
 - b) Objetivos. Mejorar las condiciones de las ayudas a fondo perdido que se otorgan a las pymes comerciales en el caso de las pymes radicadas en municipios de ámbito rural.

Artículo 17. Programas que desarrollan el Eje de Trabajo de apoyo a entidades locales aragonesas para urbanismo comercial.

1. Programa de estudios y planificación sobre urbanismo comercial.
 - a) Motivación: La existencia de un programa específico incentivará la realización de análisis en materia de urbanismo comercial por parte de los ayuntamientos.
 - b) Objetivos. Incentivar el compromiso de los ayuntamientos en materia de urbanismo comercial aportándoles análisis y manuales que les sirvan como guía de actuación.
2. Programa de mejora de venta ambulante y mercadillos.
 - a) Motivación: La actividad de venta ambulante y de venta en mercadillos periódicos se realiza en muchos casos mediante el uso del dominio público y bajo la normativa específica de cada localidad. Esta falta de armonización normativa en función del municipio genera en los comerciantes obstáculos que les permitan agilidad en la movilidad que requiere estas modalidades de venta, y por lo tanto mayores costes añadidos.
 - b) Objetivos. Apoyar la adecuación de las zonas públicas necesarias para la realización de esta actividad.
3. Programa de ayudas para mejoras en urbanismo comercial.
 - a) Motivación: Las condiciones del entorno urbano en el que se realiza la actividad comercial condicionan la existencia y dinamismo de polaridades comerciales con capacidad de atracción de clientes. El apoyo a las entidades locales en la mejora del entorno urbano de las zonas comerciales incentivará su dinamización.
 - b) Objetivos. Apoyar a las entidades locales en la realización de actuaciones de urbanismo comercial que generen un impacto positivo en la dinamización de zonas comerciales de su municipio.

Artículo 18. Programas que desarrollan el Eje de Trabajo de apoyo a la introducción y desarrollo de las nuevas tecnologías y la innovación en el comercio minorista.

1. Programa para la introducción de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el comercio minorista.
 - a) Motivación: La introducción de las TIC en el sector comercial se ha identificado como una de las herramientas que facilita la transformación de las micropymes ya que permite no sólo la incorporación de nuevos canales de venta, como el comercio electrónico, sino también la posibilidad de utilizar herramientas sofisticadas para la gestión de almacenes, compras o de gestión económica, entre otras.
 - b) Objetivos.
 - 1.º Utilizar de manera normalizada las TIC como herramienta para la mejora de la competitividad de las empresas, tanto como instrumento de mejora en la gestión interna como en las relaciones con clientes y proveedores.
 - 2.º Incrementar los canales de distribución y abastecimiento de las pymes minoristas.
 - 3.º Fomentar la presencia de las pymes comerciales en las nuevas herramientas telemáticas de comunicación y relación social.
2. Programa para el fomento de la innovación en la relación empresarios de comercio/consumidores.



- a) Motivación: La innovación, a través de inversiones en TIC o de otro tipo de acciones innovadoras, es fundamental para adaptarse a las tendencias de consumo, los hábitos sociales y el comportamiento de los clientes actuales y potenciales de cada zona comercial.
- b) Objetivos.
- 1.º Utilizar las TIC para que las asociaciones ofrezcan a sus empresas asociadas a través de las mismas servicios de alto valor añadido.
 - 2.º Acercar a las estructuras comerciales asociadas herramientas que les permitan tener una presencia eficaz en la sociedad de la información y el conocimiento.
3. Programa de formación.
- a) Motivación: La apuesta del Departamento por apoyar en el comercio minorista inversiones en nuevos sistemas TIC de gestión y comunicación con clientes y proveedores implica una apuesta igual de fuerte por formar a los beneficiarios de estas inversiones - asociaciones y pymes- en el manejo óptimo de los nuevos sistemas. Si bien la prioridad se dirige, en virtud de lo anterior, a la formación en los nuevos sistemas y equipamientos TIC incorporados por las asociaciones, también el programa de formación creado contempla un margen para acciones formativas innovadoras no relacionadas exclusivamente con este ámbito y para el asesoramiento a las pymes comerciales aragonesas sobre todos los recursos formativos existentes desde diferentes fuentes.
- b) Objetivos.
- 1.º Garantizar una utilización óptima por parte de los recursos humanos del sector comercio de todos los nuevos sistemas y equipos TIC implantados orientados a mejora.
 - 2.º Ofrecer la posibilidad a los recursos humanos del sector de formarse en otras disciplinas que consideren de interés aparte de la utilización de las TIC, con el apoyo del Departamento.
 - 3.º Ofrecer a las asociaciones de empresarios de comercio información y guía sobre recursos formativos de interés para el sector prestados por otras entidades y/o departamentos.
4. Programa de innovación.
- a) Motivación: El concepto de innovación como capacidad para introducir y mantener cambios, se puede orientar a cuestiones realizadas con procesos y productos, como a políticas y estrategias. En cualquier caso, la innovación se ha convertido en un pilar fundamental de la actividad empresarial y de la capacidad para planificar estrategias, orientar procesos y posicionar productos y servicios. La innovación se convierte en una inversión fundamental que permite adaptarse a los entornos cambiantes con mayor flexibilidad.
- b) Objetivos.
- 1.º Impulsar la creación de nuevos productos, procesos o formatos.
 - 2.º Impulsar mejoras de productos, procesos o formatos existentes.
 - 3.º Mejorar el posicionamiento de las empresas del sector comercial.