

POLITICA DE COMERCIO INTERIOR EN CASTILLA-LA MANCHA

CARMEN SUAREZ BLANCO



El Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, en su artículo 33.2, establece que le corresponde a la Junta de Comunidades la función ejecutiva en materia de Comercio Interior, produciéndose la transferencia efectiva de tal competencia mediante el Real Decreto 2942/83, de 25 de Agosto. Siendo esta la situación, poco margen de maniobra le queda a la Administración regional al carecer de potestad legislativa y reglamentaria en materia de comercio interior y poder intervenir en la ordenación de la actividad comercial.

Pero, al margen de las limitaciones competenciales y presupuestarias, la Administración regional ha apostado

por una política activa en materia de promoción e incentivación de la actividad comercial en su conjunto.

Un análisis general sobre la economía de Castilla-La Mancha nos muestra que más del 50% de la actividad económica de la región corresponde al sector servicios.

La evolución de la economía en los últimos años refleja que los servicios, con el comercio como principal actividad, es uno de los sectores que más está contribuyendo al crecimiento regional y que mejores perspectivas tiene para el futuro. En este sentido, todos los análisis coinciden en que los servicios y el comercio en Castilla-La Mancha tienen un enorme potencial de

crecimiento y es una de las claves de la modernización y la profunda transformación económica en marcha en la región.

INCENTIVOS A LA INVERSIÓN

En el marco de actuaciones de la Comunidad Autónoma, para potenciar el desarrollo económico y social de la región, ocupa un lugar de importancia la potenciación de la pequeña y media empresa comercial, habida cuenta del alto porcentaje que en Castilla-La Mancha representa este tipo de empresas, tanto por su dinámica inversora como por su flexibilidad en la creación de empleo neto.

CUADRO N° 1

**INCENTIVOS DE LA JUNTA DE CASTILLA-LA MANCHA
A LA INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES**

AÑOS	Nº PROYECTOS	INVERSIONES APROBADAS	SUBVENCION	PUESTOS DE TRABAJOS CREADOS
1988	49	601.462.708	117.574.406	110
1989	160	1.559.779.534	257.670.274	366
1990	214	2.259.114.804	351.140.444	523
1991	203	2.051.943.300	314.580.750	453
1992	202	2.952.874.724	426.258.605	571
1993	239	4.117.012.024	455.161.576	741
TOTAL	1.067	13.542.187.094	1.922.386.055	2.764

FUENTE: Secretaría General Técnica de la Consejería de Industria y Turismo.

Es a partir de 1988, con la entrada en vigor de la Orden de 23 de Septiembre de ese mismo año, cuando se inicia una política activa de incentivación de las inversiones de las pequeñas y medianas empresas comerciales, tendiente a fomentar la transformación o ampliación en unos casos y la creación en otros de empresas competitivas en el campo de las PYME, de conformidad con la política económica y las normas y directrices de la Unión Europea.

Esta normativa estableció un marco de incentivación para proyectos de inversión inferiores a 20 millones de pesetas, con un importante efecto dinamizador del sector.

La experiencia en la ejecución de esta línea de ayudas aconsejó ampliar dicho límite, así como introducir ligeras modificaciones en la normativa para su adaptación a proyectos empresariales de mayor dimensión, lo que está permitiendo ampliar su incidencia en el desa-

rrollo y consolidación del sector comercial en Castilla-La Mancha.

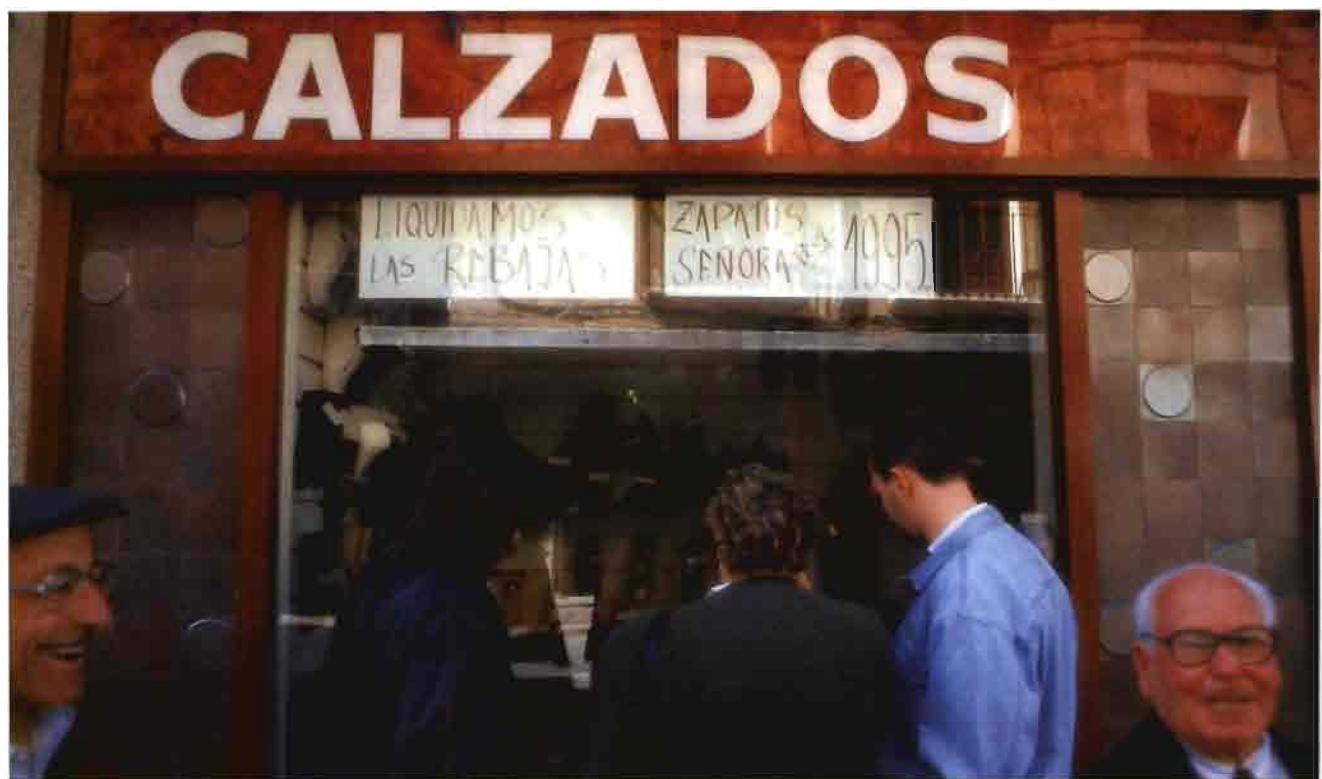
De tal forma, la Orden de 11 de Marzo de 1991, actualmente en vigor, establece que podrán ser beneficiarias aquellas empresas ya creadas o de nueva creación, cualesquiera que sea su forma jurídica, que realicen inversiones, en activos fijos nuevos, comprendidas entre 3 y 75 millones de pesetas.

El importe máximo de las ayudas que pueden concederse será del 30% sobre la inversión aprobada, teniendo dicho porcentaje la consideración de subvención neta equivalente y podrá otorgarse mediante:

- Subvención directa, concedida a fondo perdido.

- Subvención en forma de reducción de puntos de interés en los préstamos que se concedan para la financiación de las inversiones aprobadas, acogidas a los convenios financieros que establezca la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha con entidades financieras.

Estas ayudas son compatibles con cualquier otro tipo de ayudas a la inversión legalmente establecidas, siempre y cuando la acumulación con otras sub-



CUADRO N° 2

**INCENTIVOS DE LA JUNTA DE CASTILLA-LA MANCHA
A LA INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES
(1988/1993) (POR PROVINCIAS)**

PROVINCIA	TIPO DE PROYECTO	Nº PROYECTOS	INVERSIONES APROBADAS	SUBVENCION	PUESTOS DE TRABAJO
ALBACETE	NUEVO	189	2.136.809.942	311.294.747	607
	AMPLIACION	132	1.548.337.245	212.069.055	240
	MODERNIZACION	29	332.012.856	52.019.867	32
	TOTAL	350	4.017.160.043	575.383.669	879
CIUDAD REAL	NUEVO	131	1.766.185.767	243.122.048	401
	AMPLIACION	37	580.950.269	78.005.100	88
	MODERNIZACION	6	51.822.644	5.870.979	14
	TOTAL	174	2.398.958.680	326.998.127	503
CUENCA	NUEVO	73	836.399.894	138.067.334	193
	AMPLIACION	15	171.067.521	29.880.679	39
	MODERNIZACION	14	81.090.060	12.035.074	9
	TOTAL	102	1.088.557.475	179.983.087	241
GUADALAJARA	NUEVO	21	242.306.666	38.002.630	39
	AMPLIACION	10	148.956.193	19.627.269	16
	MODERNIZACION	5	30.101.441	3.996.765	4
	TOTAL	36	421.364.300	61.626.664	59
TOLEDO	NUEVO	264	3.534.480.195	496.033.738	804
	AMPLIACION	109	1.717.564.073	229.225.685	234
	MODERNIZACION	32	364.102.328	53.135.085	44
	TOTAL	405	5.616.146.596	778.394.508	1.082
TOTAL	NUEVO	678	8.516.182.464	1.226.520.497	2.044
	AMPLIACION	303	4.166.875.301	568.807.788	617
	MODERNIZACION	86	859.129.329	127.057.770	103
	TOTAL	1.067	13.542.187.094	1.922.386.055	2.764

FUENTE: Secretaría General Técnica de la Consejería de Industria y Turismo.

venciones concedidas no supere el límite del 30% sobre la inversión total aprobada.

En cuanto a qué se considera inversión promocionable, se ha de distinguir entre diversos tipos de inversión:

- Creación de nuevas instalaciones (o establecimientos). Serán aquellos proyectos de inversión en nuevas empresas o ampliaciones de las ya existentes que representen el desarrollo de una nueva actividad.

- Ampliación de las instalaciones ya existentes. Inversiones que incrementen la capacidad de producción de

la empresa y que no sean meros crecimientos vegetativos.

- Modernización de las instalaciones ya existentes. Inversiones destinadas a mejorar o sustituir elementos de activo de la empresa, siempre y cuando exista un incremento de la productividad y que los elementos incorporados supongan una mejora tecnológica en el conjunto de la empresa.

- La valoración de este tipo de ayudas es muy positiva, ya que si analizamos el período comprendido entre 1988 y 1993 (cuadro nº 1) observamos que se han acogido un gran número de

empresas, pertenecientes a distintas ramas de actividad, y tanto mayoristas como minoristas, generándose casi 2.800 nuevos puestos de trabajo e invirtiéndose más de 13.500 millones de pesetas.

Por otro lado, si lo analizamos por tipo de proyecto y provincias (cuadro nº 2), vemos que, de los 1.067 proyectos subvencionados, el 63,5% corresponde a nuevos establecimientos, siendo la provincia de Toledo (con el 41,5%) y la de Albacete (con un 29,7%) las provincias más dinámicas en cuanto a la inversión, frente a Guadalajara (con tan sólo el 3,1% de la inversión total), siendo ésta la que cuenta con menores índices de establecimientos comerciales.

A partir de 1995 se iniciará un programa muy ambicioso que se dirigirá a mejorar la competitividad del pequeño comercio tradicional, el cual irá dirigido fundamentalmente a la incentivación de aquellas empresas que planteen proyectos de modernización de sus instalaciones para adecuarse a los avances que se están produciendo y vayan adquiriendo un mayor nivel de especialización en el sector. Asimismo, se potenciarán y promocionarán aquellas fórmulas de asociación o agrupación de empresas para que adquieran la dimensión adecuada para ser competitivas en el mercado.

EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE CARÁCTER SOCIAL

El programa de Equipamientos Comerciales de Carácter Social tiene por objetivo contribuir a la creación de una infraestructura comercial ajustada a las necesidades de Castilla-La Mancha, mediante la promoción, construcción y modernización de unidades comerciales de uso colectivo, a través de actuaciones en colaboración con las Corporaciones Locales.

Las actuaciones concretas de este programa se materializan en los siguientes conceptos:

- La construcción, ampliación o modernización de la estructura física

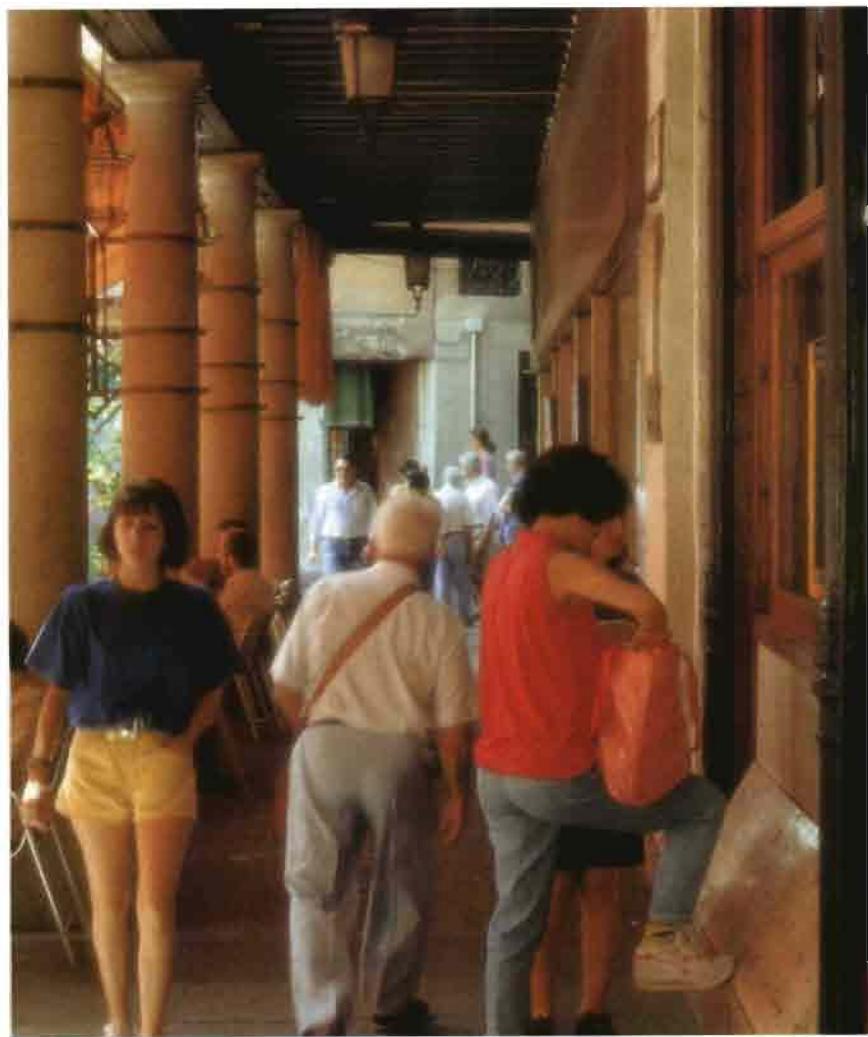


CUADRO N° 3

**PROGRAMA DE EQUIPAMIENTOS
COMERCIALES DE CARÁCTER SOCIAL**

AÑOS	Nº EXPEDIENTES	INVERSIÓN	SUBVENCIÓN
1984	14	253.399.867	83.654.095
1985	20	333.783.610	96.682.476
1986	27	268.875.274	130.000.000
1987	22	218.020.211	125.000.000
1988	20	278.231.263	125.000.000
1989	34	467.079.597	225.000.000
1990	20	245.107.849	120.000.000
1991	35	512.169.499	315.806.037
1992	28	516.559.934	239.999.879
1993	51	1.258.514.532	580.000.000
TOTAL	271	4.351.741.636	2.041.142.487

FUENTE: Secretaría General Técnica de la Consejería de Industria y Turismo.



de mercados mayoristas o minoristas, de centros comerciales de barrio o de otras instalaciones comerciales de uso colectivo.

– Dotación de equipo e instalaciones, remodelación de las superficies comerciales para procurar una dimensión más racional de los puestos de mercado, así como las instalaciones complementarias que integren los centros comerciales de barrio, los mercados de mayoristas o de minoristas y demás unidades comerciales afines.

– Obras e instalaciones en calles y plazas de marcado carácter comercial, para su transformación en uso peatonal, con fines de promoción y modernización del comercio.

Desde 1984, cuando se inició el programa, éste ha tenido una evolución muy favorable (ver cuadro n° 3), de tal forma que en 1993 la asignación presupuestaria establecida para este fin tuvo un incremento especialmente significativo, ya que se iniciaba un plan plurianual (1993/95) dirigido a las grandes ciudades, destacando entre las actuaciones incluidas en el mismo el que se está realizando por el Ayuntamiento de Albacete y consistente en la "Peatonalización de la zona centro de Albacete", que contribuirá a la revitalización del comercio asentado en la zona, realizándose una inversión de más de 370 millones de pesetas.

FORMACION COMERCIAL

Nadie discute hoy la importancia creciente de la formación como factor relevante del desarrollo económico y social, tanto por actuar directamente sobre el factor humano, que constituye el activo decisivo de la competitividad de cualquier proyecto empresarial, como por ser un camino prácticamente insustituible para hacer llegar, a cuantos trabajan o quieren trabajar en el comercio, las respuestas a las nuevas necesidades de un mercado y un mundo cada día más cambiante.

La Administración autonómica no organiza directamente cursos de formación comercial sino que la política que se ha venido desarrollando, en este



área, ha consistido en la concesión de subvenciones a aquellas iniciativas o acciones formativas que, presentadas por distintas entidades tanto públicas como privadas, vayan dirigidas a mejorar la preparación y adaptación a las nuevas técnicas comerciales que se van produciendo, así como al incremento de la profesionalidad de los trabajadores del sector. Fundamentalmente, estas actuaciones han venido realizándose en colaboración con las Cámaras de Comercio e Industria de la región y las Federaciones de Empresarios.

En otro orden de cosas, cabe destacar otras acciones que se vienen realizando en colaboración con la Universidad de Castilla-La Mancha, como las Jornadas sobre Comercio Interior y Distribución Comercial que se realizarán en el próximo mes de noviembre, posibilitando el establecimiento de cauces de comunicación e intercambio de ideas en estos momentos de gran actualidad del sector y de la actividad comercial. En este mismo marco se incluye también el estudio realizado por el Departamento de Economía y el de Ciencia Jurídica referente a la situación del comercio interior en la provincia de Albacete, lo que permitirá conocer la situación del mismo y así poder tomar aquellas decisiones que permitan una ordenación adecuada del sector.

Por otro lado, se han acometido acciones puntuales encaminadas al fomento y revitalización del comercio en determinadas zonas, como, por ejemplo, la llevada acabo por las autoridades locales y la Cámara de Comercio de Toledo para potenciar y promocionar el comercio tradicional de zonas de concentración comercial o de problemática peculiar, especialmente dirigido al comercio ubicado en el casco histórico de Toledo. Asimismo, se colaboró con la Cámara de Comercio de Ciudad Real en la campaña publicitaria de promoción y potenciación del pequeño comercio. □

CARMEN SUAREZ BLANCO
Jefe de Servicio de Comercio. Consejería de Industria y Turismo.
Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

MONTESQUIUS
CAVA
1918
COLL DE JUNY S.A.

EL MONTESQUIUS BRUT RESERVA Obtiene LA MEDALLA DE ORO "Gastronomia S.XX"

Se trata de un Cava con una crianza de 26 meses, elaborado a partir de un coupage de Macabeo 30%, Xarello 20% y Parellada 50%, y que presenta un color amarillo claro, una burbuja pequeña y un perlage muy prolongado; el paso de boca es franco, con un retrogusto neto que hace que resulte un cava muy agradable al paladar.

