

ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA DE 12 DE FEBRERO DE 2020 DEL CONSEJO DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MADRID.

PRESIDENTE

D. Pedro González Torroba

Coordinador General de Economía, Comercio, Consumo y Partenariado

ASISTENTES

D^a. Concepción Díaz de Villegas Soláns

En representación de la Dirección General de Comercio y Hostelería

D^a. Carmen Pérez López

En representación de la Dirección General de Economía

D^a. M^a del Carmen Rebollo Sánchez

En representación del Instituto Municipal de Consumo.

D. Jose M^a Meneses Castillo

En representación de la Agencia para el Empleo.

D. Paloma Prado Martínez

En representación del Área Delegada de Coordinación Territorial, Transparencia y Participación Ciudadana

D^a. Laura Medina Sánchez

En representación del Área de Gobierno de Portavoz, Seguridad y Emergencias.

D^a. Jorge Moreta Pérez

En representación del Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte (cultura)

D^a. Carmen González Fernández

En representación del Área Delegada de Turismo

D. Francisco López Carmona

En representación del Área de Gobierno de Medio Ambiente y Movilidad

D. Juan Carlos Lasheras Merino

En representación del Área de Desarrollo Urbano

D. Ángel Luis Martín Martín

Subdirector General de Entidades Comerciales y Promoción de la Comunidad de Madrid, en representación del Consejo Regional para la Promoción del Comercio de la Comunidad de Madrid.

D. Óscar García Hernández

En representación de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid

D. Eduardo Zamácola Ballesteros

En representación de CEIM-Confederación Empresarial de Madrid-CEOE.

D. José Manuel Fernández Jiménez

En representación de Madrid Foro Empresarial

D. Javier Ollero Colomo

En representación de la Federación de Comercio Agrupado y Mercados de la Comunidad de Madrid (COCAM)

D. Armando Rodríguez Ocaña

En representación de la Confederación de Comercio Especializado de Madrid (COCEM)

D.^a María Martínez Herrera

En representación de la Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS)

D. Marcos Casado Martín

En representación de la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED)

D.^a Sara Mañas Barceló

En representación de la Asociación Madrileña de Empresarios de Alimentación y Distribución "La Única".

D. Jesús Víu Hernández

En representación de la Federación de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad de Madrid (FECOAM)

D. Juan José Blardony Arranz

En representación de Hostelería Madrid

D. José María Casero Gil.

En representación de la Unión General de Trabajadores de Madrid (UGT)

D^a. Rosa M^a Galbarro Rodríguez

En representación de la Unión Sindical de Madrid Región de Comisiones Obreras (CC.OO)

SECRETARIO

D. Armando Teixeira Feijoo

Jefe de Servicio de Promoción Comercial

Asimismo, asisten como invitadas:

D.^a Olga Ruiz Castillo

Vocal suplente de la Dirección General de Comercio y Hostelería.

D.^a. M^a Ángeles Cantero Bonilla

Consejera Técnica de la Dirección General de Comercio y Hostelería.

En la Sede de la Alcaldía del Ayuntamiento de Madrid (c/ Montalbán, 1 - sala de reuniones 214), a las 10:15 horas del día 12 de febrero de 2020, con la presencia de las personas señaladas anteriormente, y una vez constatado por el Secretario que existe el quórum necesario, se abre la sesión del Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid por su Presidente, D. Pedro González Torroba.

El **orden del día** propuesto y distribuido con la convocatoria consta de los siguientes puntos:

Punto 1º.- Saludo y bienvenida del Presidente. Informe sobre designación.

Punto 2º.- Constitución del Consejo. Dar cuenta de su composición.

Punto 3º.- Procedimiento a seguir para la designación de titular de la Vicepresidencia y el desempeño de las vocalías de la Comisión Permanente.

- Punto 4º.-** Determinación de la periodicidad de las reuniones del Consejo de Comercio.
- Punto 5º.-** Dar cuenta de las actuaciones más relevantes del segundo semestre por la de la Dirección General de Comercio y Hostelería en el año 2019.
- Punto 6º.-** Dar cuenta de la convocatorias de subvenciones de los años 2020-21, para la dinamización del comercio de proximidad, el fomento del asociacionismo y la formación en el sector comercial, y para la modernización y dinamización de los mercados municipales y galerías de alimentación.
- Punto 7º.-** Dar cuenta de la planificación de nuevas líneas de subvención incluidas en el plan estratégico de subvenciones 2020-2022 del Área de Gobierno de Economía, innovación y Empleo.
- Punto 8º.-** Ruegos y preguntas.

- Punto 1º.- Saludo y bienvenida del Presidente. Informe sobre designación.**
- Punto 2º.- Constitución del Consejo. Dar cuenta de su composición.**

Refundiendo los dos primeros puntos del orden del día, toma la palabra el **PRESIDENTE** del Consejo, dando en primer lugar las gracias a todos los presentes por haber acudido a la convocatoria.

Al tratarse de la primera sesión de este mandato, el Presidente efectúa la presentación del equipo de la Dirección General de Comercio y Hostelería, remarcando que está al servicio de los miembros del Consejo, ya que no se trata de estar en contacto únicamente en las sesiones de éste sino a diario, para poder resolver cualquier problema que pudiera surgir.

Expone a continuación que el resto de miembros del Consejo son los que marca el Reglamento que lo regula. A tal efecto, informa a los asistentes que entre la documentación que se les ha repartido figura el decreto de 10 de enero de 2020 en donde figuran todos los nombramientos. En este sentido, expone que considera que dicho Reglamento es bastante adecuado para el funcionamiento del Consejo, y por tanto en términos generales no se considera necesaria una modificación o reforma general. No obstante, lo que si cabría es plantearse si es necesario incorporar nuevos miembros en su seno o no, cuestión a debatir en el futuro.

Prosigue el presidente haciendo notar que con el cambio de gobierno, la Dirección General de Comercio ha pasado a denominarse Dirección General de Comercio y Hostelería. Esto pone de manifiesto que siempre que se hablaba de “comercio” se hacía en un sentido amplio, genérico, abarcando al comercio y a la hostelería.

En este sentido, manifiesta que se acaba de constituir una Mesa de Hostelería con el objetivo de tratar los problemas generales de hostelería que en su mayor parte coinciden con los problemas generales del comercio, es decir, con los problemas que tratamos en esta mesa. Afirma que convendría ver la posibilidad de integrar la Mesa en este Consejo y que todos los temas se trataran en un mismo foro, con transparencia. Los debates se harían en un solo contexto y un solo foro.

En cualquier caso, concluye, la anterior es una cuestión abierta, no el centro del debate de hoy. El objetivo fundamental del Consejo de hoy es constituirlo en este mandato, arrancar y a partir de aquí fijar las prioridades y principales cuestiones a tratar a lo largo de los próximos meses y años.

Tras lo cual, cede la palabra al Secretario para que proceda a la exposición de los puntos 3 y 4 del orden del día.

Punto 3º.- Procedimiento a seguir para la designación de titular de la Vicepresidencia y el desempeño de las vocalías de la Comisión Permanente.

Expone el **SECRETARIO** que el Reglamento que regula el Consejo prevé la existencia de una Vicepresidencia y de una Comisión Permanente para agilizar su funcionamiento y que es preciso designar a aquellos miembros que vayan a desempeñar tales funciones:

Vicepresidencia

Se elige entre los miembros del Consejo que no sean representantes de las Administraciones Públicas, es decir, las siete entidades que representan al sector comercial, los dos representantes de los Sindicatos, el representante de CEIM, el representante de la Cámara de Comercio y el representante de Madrid Foro Empresarial.

La enumeración de las 12 entidades con derecho a voto es la siguiente:

1. Cámara de Comercio de Madrid.
2. Confederación Empresarial de Madrid-CEIM.
3. Madrid Foro Empresarial.
4. Asociación de Grandes Empresarios de Distribución-ANGED.
5. Asociación Madrileña de Empresarios de Alimentación y Distribución "La Única".
6. Asociación Empresarial de Hostelería de la Comunidad de Madrid "La Viña".
7. Asociación Española de Distribuidores Autoservicios y Supermercados – ASEDAS.
8. Federación de Comercio Agrupado y Mercados de la Comunidad de Madrid (COCAM)
9. Federación de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad de Madrid.
10. Confederación de Comercio Especializado de Madrid-COCEM.
11. Unión General de Trabajadores de Madrid.
12. Unión Sindical de Madrid-Región de Comisiones Obreras.

En la medida en que parece que decidir tales cuestiones sobre la marcha en la sesión constitutiva sería un poco precipitado, se propone por el Secretario a los 12 miembros afectados que hagan llegar sus propuestas por correo electrónico a la Dirección General de Comercio y Hostelería y desde allí se informará del resultado de las votaciones; asimismo, se propone que en caso de empate se efectúe una nueva votación entre aquellos que resulten empatados.

Comisión Permanente

El Secretario expone que cuatro de los vocales han de ser también elegidos entre los miembros del Consejo que no sean representantes de las Administraciones públicas. A tal efecto, se propone un sistema de elección análogo al establecido para la Vicepresidencia, para de esta forma poder empezar a trabajar de una forma más ágil.

Se recuerda también que la citada Comisión Permanente tendrá una Presidencia, cuya titularidad ostentará la misma persona que presida el Consejo de Comercio.

Se establece que los correos electrónicos de votación se remitan hasta final del mes de febrero y que en la siguiente sesión del Consejo se ratificaría la decisión. Se aclara que sería un voto para vicepresidencia y preferiblemente cuatro para la comisión permanente

Punto 4º.- Determinación de la periodicidad de las reuniones del Consejo de Comercio.

Se recuerda por el **SECRETARIO** a los asistentes que el Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid está constituido al amparo del Reglamento Orgánico de Participación Ciudadana y éste prevé, con carácter general, la reunión de los Consejos una vez al trimestre.

En el caso del Consejo de Comercio, quizás esta periodicidad podría resultar excesiva e inconveniente para todas las personas que tienen que acudir, salvo que existiera algún tema urgente. Así, es posible que no tenga sentido reunirse simplemente por cumplir un trámite; máxime cuando muchos de los presentes acaban coincidiendo en otros órganos colegiados de las distintas Administraciones. Por tanto, se propone, al igual que se hizo en el mandato anterior, que el Pleno se reúna una vez cada seis meses, y sustituir las otras dos reuniones anuales por reuniones de la Comisión Permanente.

Así, quedaría fijada la periodicidad de las reuniones del Pleno una vez cada semestre, celebrándose una reunión de la Comisión Permanente entre ellas con una separación temporal aproximada de tres meses de los Plenos.

No habiendo sugerencias, la propuesta efectuada es aprobada por todos los asistentes, por lo que queda así establecida la periodicidad de reuniones.

Por último, el Secretario recuerda que se podrán formar comisiones de trabajo para un mejor desarrollo de las competencias del Consejo, para lo que se invita a los distintos miembros a que efectúen las propuestas que estimen oportunas.

Punto 5º.- Dar cuenta de las actuaciones más relevantes del segundo semestre por la de la Dirección General de Comercio y Hostelería en el año 2019.

Toma la palabra la **DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO Y HOSTELERÍA** dando la bienvenida a todos los asistentes, volviendo a hacer hincapié en que la Dirección General está a disposición de quien les necesite. Asimismo agradece la colaboración prestada por otras Áreas de Gobierno en las tareas desempeñadas.

Expone que en esta ocasión no se ha traído un resumen de la memoria porque se está ultimando, por lo que lo que va a hacer es una **pequeña reseña de las actividades más notables** llevadas a cabo desde julio hasta aquí. En cuanto se finalice la memoria se remitirá por correo electrónico. Así, desglosa:

- Se retomará la elaboración de la **página web del área**, con nueva estructura para que todas las actividades estén en la página web *madrideseconomía*, en la que estará todo; mientras se establece, está la información en la página *madrid.es*. Igualmente, se sigue manteniendo *madridcapitaldemoda.com*, que va a seguir funcionando y que va a ser uno de los principales instrumentos de promoción de la actividad comercial.
- Se ha potenciado la **colaboración público-privada**, pues poco puede hacer la Administración para impulsar la actividad comercial y hostelera si no es trabajando de la mano de las entidades privadas, tanto de quienes representan a las entidades privadas, como de los distintos patrocinadores que acaban sumándose a estos proyectos, haciendo algo muy importante que es financiar iniciativas que de otra manera se podrían hacer. Así, se pueden destacar:
 - La **campaña de sensibilización** contra la venta ilegal de falsificaciones que se hizo en el mes de noviembre, una campaña en la que se destinaron recursos públicos, por cerca de medio millón de euros; recalcando que se trata de venta ilegal, porque no es venta ambulante ilegal, sino venta ilegal de falsificaciones. Esta campaña fue cedida a otras instituciones como el Ayuntamiento de Zaragoza que utilizó la misma imagen y, de acuerdo con la información que nos facilita la Asociación para la Defensa de la Marca, se está distribuyendo en foros internacionales.

En este contexto, hay que destacar el apoyo y esfuerzo de Policía Municipal y del Área de Seguridad, así como de la Dirección General de Medios.

- Por otra parte, en **Navidad** se hicieron dos nuevas campañas, también en mobiliario urbano, una, "*En Navidad el centro lo iluminas tu*", dedicada a promover la visita de los ciudadanos, vecinos y turistas al centro, y otra que era "*La Navidad está a la vuelta de la esquina*". una campaña orientada a recordar a todo el mundo que la forma más sostenible de comprar es comprar aquí al lado., lo cual no significa que no nos desplazemos por toda la ciudad y vayamos al centro, por eso hicimos las dos campañas.

- Se ha desarrollado una intensa actividad en cuanto a la organización de distintas clases de **eventos** como ha sido la exposición “El cuerpo inventado”; eventos tradicionales como el mercado de las flores , la Noche de San Jorge Juan o la *Vogue Fashion Night Out*, en colaboración con Condé Nast y Distrito 41; múltiples eventos en colaboración con ACOTEX, haciendo posible eventos como *Salesas Village*; y la exposición *Las Meninas Madrid Gallery* que vuelve a ser uno de los eventos más fotografiados de la ciudad de Madrid. Y por supuesto eventos en otros emplazamientos como el Mercado de las Ranas en el barrio de Las Letras, Tapapiés y el Mercado de los Manueles en Lavapies, la conmemoración del día de la música, o una acción en Ortega y Gasset en colaboración con Madrid Luxury District. En definitiva, muchas actuaciones, complementadas también con las subvencionadas a las distintas asociaciones
- Como novedad de este año, en el mes de diciembre se puso en marcha un proyecto llamado “Enciende Madrid” en el que como proyecto piloto actuamos nuevamente en colaboración con ACOTEX en el barrio de salesas haciendo un festival de escaparatismo.

Es imposible que el Ayuntamiento financie a cada tienda para montar su escaparate, pero si se puede coordinar esas actuaciones que cada establecimiento haga y efectuar una acción de comunicación conjuntamente, y en este sentido colaboraremos con todos vosotros

- Se está realizando una intensa **actividad convencional** con la prórroga de convenios que ya estaban suscritos, así como con la suscripción de nuevos convenios, como por ejemplo el suscrito con la entidad Urbanity para la celebración de actuaciones paralelas a la feria de arte urbano “urbanity art”, que se celebra con intervenciones en el espacio público en muros.
- Ha sido destacada la presencia del comercio y la hostelería en **FITUR**, así como la participación de los establecimientos en **Gastrofestival 2020**, con un papel muy destacado de los mercados municipales. También es destacable, en esa línea y una nueva actividad que se verá en pocos días, que es el “Cortejo de la Sardina de Carnaval” como una medida de dinamización por parte del sector de la pastelería artesana, que amplía la oferta gastronómica de años anteriores

- Por otro lado, para la Dirección general es fundamental la ejecución del **plan estratégico de mercados** para el cual se cuenta con la colaboración de las asociaciones de todos los concesionarios que forman parte de los mercados municipales y por supuesto de COCAM. También necesita indispensablemente de otras asociaciones integradas en COCEM (de carniceros, pescaderos, fruteros.. ...) y de las medianas superficies; e incluso de las grandes superficies aunque las que están allí siempre son en formato pequeño. A todos ellos hace extensivo su agradecimiento.
- Es vital el proyecto **Madrid Capital de Moda (MCDM)**, que se enmarca dentro de la delegación recibida en el presente mandato en lo relativo al turismo de compras y al apoyo al sector de la moda, competencias desempeñadas en colaboración con Cultura.

La web MCDM va a ser uno de los instrumentos fundamentales de comunicación junto con sus redes sociales y se van a realizar distintas actuaciones, como la colocación de esa pantalla gigante dentro de la ciudad en colaboración con Cultura, dinamizando las zonas comerciales. Este año han sido 9 los desfiles celebrados fuera de IFEMA en espacios tan importantes como la Galería de cristal de Cibeles, el Pabellón de cristal de la Casa de Campo, o Conde Duque.

Por otro lado, destaca que se ha realizado por primera vez el patrocinio de un diseñador seleccionado para desfilarse en la pasarela de moda hombre de París, que fue Oteiza. Con esa actuación, se ha internacionalizado la marca porque se ha llevado al icono del proyecto MCDM, que es una menina especialmente diseñada a este fin a la sede de la embajada de España en París.

- Por último, la Directora General pone de manifiesto que, evidentemente, algo absolutamente importante en la gestión por la incidencia presupuestaria y la dinamización, son las **líneas de ayudas**. En este sentido, anuncia que se distribuirá más adelante con detalle las subvenciones concedidas, pero a modo de resumen señala lo siguiente, en relación a las convocatorias resueltas en el último trimestre de 2019:
 - Asociacionismo
 - Número de solicitudes tramitadas: 52
 - Número de proyectos para los que fue concedida subvención: 37

- Número de asociaciones inicialmente beneficiarias: 36
 - Asociaciones sectoriales: 14
 - Asociaciones territoriales: 22
- Número de proyectos finalmente justificados (fase O): 33
- Número de asociaciones que finalmente realizaron su proyecto: 32
 - Asociaciones sectoriales: 12
 - Asociaciones territoriales: 20
- Nuevas asociaciones solicitantes a esta convocatoria: 7
- Nuevos beneficiarios en esta línea de ayuda: 4

El crédito inicialmente destinado a esta convocatoria fue de 600.000 euros, el importe de las subvenciones concedidas de 588.699 euros y el importe de las subvenciones justificadas 523.000 euros, con lo cual se considera que la ejecución ha sido muy importante.

- Mercados y galerías de alimentación.

- Número de solicitudes tramitadas: 99
- Número de proyectos para los que fue concedida subvención: 69
- Se ha actuado en 24 mercados y 3 galerías de alimentación y sobre 43 locales; y en el caso de los mercados ha habido 12 intervenciones en zonas comunes.

Punto 6º.- Dar cuenta de la convocatorias de subvenciones de los años 2020-21, para la dinamización del comercio de proximidad, el fomento del asociacionismo y la formación en el sector comercial, y para la modernización y dinamización de los mercados municipales y galerías de alimentación.

Abordando el punto 6 del orden del día, la **SRA. DÍAZ DE VILLEGAS** indica que, evidentemente las líneas de ayuda continúan siendo uno de los pilares fundamentales de la gestión del presupuesto. Así, informa que se han publicado las convocatorias de subvenciones de asociacionismo y dinamización del comercio de proximidad, así como la convocatoria de modernización de los mercados. Esta publicación se hizo el 27-01-2020 por lo que el plazo de presentación finaliza el 17-02-2020.

Señala que una de las novedades más destacadas de este año a la hora de facilitar la gestión es que se ha publicado una convocatoria que cubre los años 2020 y 2021, de manera que a día de hoy ya se sabe cuál será el plazo de presentación de las solicitudes en 2021. La cuantía total de las ayudas no ha podido ser modificada ya que de acuerdo con la Ley de Subvenciones, todas las líneas de ayudas tienen que estar publicadas en el correspondiente plan estratégico de subvenciones. En este sentido el plan estratégico en base al cual se han podido tramitar estas subvenciones es el que ya se tenía aprobado hasta el año 2021, que está en fase de revisión

Punto 7º.- Dar cuenta de la planificación de nuevas líneas de subvención incluidas en el plan estratégico de subvenciones 2020-2022 del Área de Gobierno de Economía, innovación y Empleo.

Enlazando lo anterior con el punto 7 del orden del día, la **SRA. DÍAZ DE VILLEGAS** apunta que, evidentemente, al haber un nuevo equipo de gobierno y unas nuevas políticas se está trabajando en la modificación del plan estratégico de subvenciones y eso permitirá poner en marcha algunas nuevas líneas de subvención, que se espera poder comunicar en breve.

Estas líneas irán dirigidas fundamentalmente al impulso de la digitalización, con una especial atención a los mercados municipales pero también será accesible para zonas comerciales, siempre y cuando se lleve a cabo por entidades asociativas. No se puede ir a la digitalización comercio a comercio pero si a la agrupación de zonas comerciales.

Afirma que también se está valorando una nueva línea de ayudas dirigidas a facilitar la ocupación de los puestos en los locales en los mercados municipales, a mejorar el comercio ambulante y otras actuaciones de mejoras específicas del sector de la moda. Este sería el proyecto a largo plazo. El plan estratégico se prevé aprobarlo en breve, y se facilitará información en cuanto esté finalizado.

Punto 8º.- Ruegos y preguntas.

Tras la intervención anterior se abre el turno de ruegos y preguntas.

Toma la palabra, en primer lugar, **D.EDUARDO ZAMÁCOLA**, que agradece la buena disposición del Ayuntamiento. Manifiesta que el comercio está pasando por una situación delicada, y que todos los sectores necesitan mucho de la colaboración público privada,

En relación con la venta ilegal, considera que es muy importante no cejar en el empeño de poder llegar a sancionar al consumidor de esa venta ilegal, que sería una medida muy positiva para empezar a erradicar este problema que al comercio le hace mucho daño.

Replica la **SRA. DÍAZ DE VILLEGAS** afirmando que la posibilidad de sancionar al consumidor se ha planteado en varias ocasiones, pero hacerlo exclusivamente desde el ámbito de Ayuntamiento es imposible, pues tendría que estar contemplado en una ley. Señala que no sabe si es posible hacerlo a nivel autonómico e interpela sobre el particular a representante de la Comunidad de Madrid.

Toma la palabra el **SR. MARTÍN MARTÍN**, agradeciendo las referencias a la línea de colaboración mantenida entre ambas Administraciones, la cual espera que se intensifique. Respecto a la cuestión suscitada por el Sr. Zamácola informa que, efectivamente, el tema se ha planteado en ocasiones pero con la redacción actual de la Ley de Protección de los Consumidores no es posible sancionar más allá de lo que es la actividad empresarial que no se ajusta a la normativa; al consumidor es complicado con la redacción actual y sería lógicamente abrir un debate interesante, para productos y otro tipo de consumos que también es importante tener en consideración si se modificara la Ley.

Interviene a continuación la **SRA. REBOLLO** sobre la necesidad de la reforma de la Ley 11/1998, y recuerda que, efectivamente, la protección de los consumidores de la Comunidad de Madrid y la legislación básica del Estado, hablan de los derechos de los consumidores, no de deberes de los consumidores. La ordenanza de Madrid sí que tiene recogido un artículo dedicado a deberes, pero es bastante general.

Considera que la Ley debería ser modificada no sólo por esta cuestión sino para adaptarla a los cambios que derivan de un mundo globalizado. Por ello, anima a la Comunidad de Madrid a hacer el esfuerzo de dicha modificación.

Acto seguido, toma la palabra el **PRESIDENTE**, para insistir en que el Ayuntamiento de Madrid va a reforzar y reiterar las campañas contra la venta ilegal, y en este punto solicita la colaboración de otros ámbitos municipales como cultura y turismo; especialmente para hacer énfasis en los turistas, que son una parte importante del consumo de productos ilegales. Se va a hacer una campaña especialmente orientada para ellos. También ofrece su entera colaboración a la Comunidad de Madrid en lo que pueda ser necesario, aunque reconoce que es una cuestión espinosa, pues si se parte de la premisa de que el consumidor es vulnerable, es difícil sancionarle.

Cede el Presidente la palabra al **SR. BLARDONY**. Afirma que en el ámbito de hostelería existe su propia venta ilegal: el consumo ilegal y la venta que se produce por lateros, sobre todo los fines de semana y en las fiestas municipales de los barrios, muy concentrado en el centro de Madrid. Recuerda que en este ámbito sí existe la previsión de sanción del consumo en la calle y está sirviendo para que la Policía Municipal pueda actuar en zonas conflictivas y que este fenómeno no se expanda de manera perjudicial más allá de lo que está ahora mismo.

Replica la **SRA. DÍAZ DE VILLEGAS** haciendo notar que, efectivamente es así, pero porque la sanción del botellón está contemplada en la Ley de drogodependencias como medida de prevención y para la protección de la salud de los menores y se recoge la sanción a los que consumen alcohol, pero no existe marco legal equiparable en comercio.

En este punto interviene el **SR. GARCÍA HERNÁNDEZ**, recordando que no se puede olvidar la venta ilegal en la alimentación, con el problema añadido de seguridad higiénico-sanitaria, porque muchas veces se habla de las campañas para el textil pero se olvida que hay una venta ilegal muy importante, que lleva aparejado robos en pequeños comercios para luego vender el tema de alimento.

A este respecto, el **PRESIDENTE** considera que el problema no es tanto regulatorio, porque la regulación de la venta de alimentos si está más clara, y se sabe perfectamente que se puede vender, y se puede sancionar. Es un problema más bien de reforzar la parte de inspección. Son problemas bastante diferentes

La **SRA. MAÑAS** añade que no es sólo un tema de regulación, sanción e inspección sino también un tema de seguridad y Policía, porque a veces concurren el hurto y las amenazas, no solo la venta. Es, por tanto, un tema que se extiende a más ámbitos,

El **PRESIDENTE** coincide, afirmando que el Ayuntamiento tiene que hacer un esfuerzo para conseguir que este tipo de productos en ningún caso deberían terminen en un mercado secundario.

Toma la palabra el **SR. FERNÁNDEZ JIMÉNEZ** y manifiesta que desde el Área de seguridad se está realizando una buena labor, acudiendo a neutralizar las redes de distribución, conducta tipificada en el Código Penal; ese trabajo es bueno elogiarlo, ya que ha habido un cambio sustancial en relación a otros años. Se sabe dónde están los pisos en que se distribuye la mercancía y actuando ahí vemos que han desaparecido gran parte de los problemas que tuvimos durante los años de venta ambulante ilegal sin crear ningún desorden público en las actuaciones de la policía. Son campañas importantes y básicas para los consumidores.

Interviene el **SR. VIU HERNÁNDEZ**, coincidiendo en que llevan varios años intentando que la denominación de venta ambulante se cambie, y se denomine comercio ambulante. Es algo a cambiar en el lenguaje.

Por otro lado, afirma que las ilegalidades de las que se está hablando son ciertas, pero no solo en el entorno de los mercadillos, y lo han denunciado muchas veces. Pero les preocupa cómo se están abandonando los mercadillos; un abandono total y absoluto. Son peligrosos, están sucios, y en cuanto al tema sanitario, los váteres y sus entornos están mal, Hace años que no se invierte en el mercadillo y su entorno. Recuerda que es precisa una modificación de la ordenanza porque están siendo perjudicados y se les está privando de sus derechos.

En relación a las subvenciones, afirma que su organización no quiere gestionar subvenciones del Ayuntamiento de Madrid, sino que lo que quieren es que lo gestionen los Distritos, que arreglen sus entornos, sus espacios. Afirma que el equipo de gobierno anterior les ha ignorado y que necesitan un contacto frecuente, así como un interlocutor con policía municipal para evitar actuaciones arbitrarias. Y provocaciones. También agradece a la Comunidad de Madrid los contactos mantenidos.

Entiende, además, que esta dignificación de los mercadillos es necesaria para mantener la integración de la población gitana, tal y como ha venido siendo hasta ahora. Para todo ello es preciso invertir en los mercadillos y sus entornos, y que se genere una infraestructura que se pueda utilizar para muchas cosas.

El **PRESIDENTE** coincide en que, efectivamente hay que dignificar los mercadillos y sacarles todo el potencial que tienen. Reconoce que muchas veces solucionar los problemas es cuestión de detalle, Son detalles que no son enormemente costosos, para lo que se está en contacto con el Área de Gobierno de Obras, a quien le corresponde, con la colaboración de Comercio, hacer estas pequeñas pero importantes actuaciones.

Afirma que hay que fijar una fecha para visitar alguno de los mercadillos, una visita más formal. Asimismo, es fundamental seguir trabajando en la coordinación con los distritos, porque hay determinadas competencias que dependen de ellos pero que al fin y al cabo incumben a la Dirección General de Comercio y Hostelería. Concluye señalando que se va a seguir trabajando y presentando actuaciones concretas.

El **SR. VIU** manifiesta estar a disposición y deseándolo.

La **SRA. DÍAZ DE VILLEGAS** recuerda que en el presupuesto municipal para 2020 está aprobada una subvención para hacer actuaciones de mejora de los mercadillos Asimismo, recuerda que en el marco de la Escuela de Comercio hay un módulo específicamente dirigido a la venta ambulante. Asimismo coincide con el Presidente en que se está en contacto con las Áreas de Gobierno de Obras y Espacios Públicos, con la Coordinación General de los Distritos y con los propios Distritos para diseñar las actuaciones en este tipo de emplazamientos

Tras dar las gracias a los asistentes por su presencia, y comprometerse a cumplir la periodicidad de las reuniones, no habiendo más asuntos que tratar, se levanta la sesión por **el PRESIDENTE** a las 11:15 horas.

EL SECRETARIO
Armando Teixeira Feijoo

VºBº
EL PRESIDENTE
Pedro González Torroba