

**ACTA Nº 4**

**ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA DE 7 DE FEBRERO DE 2018 DEL CONSEJO  
DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MADRID.**

---

**PRESIDENTA**

**D<sup>a</sup>. Concepción Díaz de Villegas Soláns**

Directora General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid.

**ASISTENTES:**

**D. Bernardino Sanz Bernal**

Director General de Economía y Sector Público.

**D. Jose M<sup>a</sup> Meneses Castillo**

Subdirector General de Recursos Humanos, Relaciones Institucionales y Comunicación de la Agencia para el Empleo.

**D<sup>a</sup>. Olga Ruiz Castillo**

Subdirectora General de Comercio y Mercados

**D<sup>a</sup>. Sandra Sainz**

En representación de Madrid Destino Cultura Turismo y Negocio, S.A.

**D<sup>a</sup>. Raquel Romanillos López,**

Consejera Técnica de la Oficina de Estudios y Evaluación Urbana del Área de Gobierno de Desarrollo Urbano Sostenible

**D<sup>a</sup> Ana Regueró Naredo**

Gerente de la Agencia de Actividades

**D<sup>a</sup>. Carmen Hervás Cortés**

Subdirectora General de Bibliotecas, Archivos y Museos.

**D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> Ángeles Torres Lirola**

En representación del consejo Municipal de Consumo.

**D<sup>a</sup> Alicia Sanz Isla**

En representación del Consejo Regional para la Promoción del Comercio de la Comunidad de Madrid

**D. Óscar García Hernández**

En representación de la Cámara de Comercio de Madrid.

**D. Miguel Garrido de la Cierva**

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

**D. José Manuel Fernández Jiménez**

En representación de Madrid Foro Empresarial

**D. José Manuel Pacheco Pancorbo**

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

**D. Marcos Casado Martín**

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

**D. Guillermo del Campo Fernández-Shaw**

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

**D.ª Francisca Romero Jiménez**

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

**D. Luis Pacheco Torres**

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

**D. José Ramón Rodríguez López**

En representación de la Asociación Empresarial de Hostelería de la Comunidad de Madrid “La Viña”.

**D.ª. Cristina Esteban Sotelino**

En representación de la Unión General de Trabajadores de Madrid.

**D.º. Rosa Mª Galbarro Rodríguez**

En representación de la Unión Sindical de Madrid Región de Comisiones Obreras.

**SECRETARIO**

**D. Armando Teixeira Feijoo**

Jefe de Servicio de Promoción Comercial

Asimismo, asiste **D.ª Mª Ángeles Cantero Bonilla**, vocal suplente de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento.

En la Sede de la Alcaldía del Ayuntamiento de Madrid (c/ Montalbán, 1), a las 12:40 horas del día 7 de febrero de 2018, 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 Presidenta, D<sup>a</sup> Concepción Díaz de Villegas Soláns.

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

- Punto 1º.-** Saludo y bienvenida de la Presidenta.
- Punto 2º.-** Aprobación del acta de la sesión anterior, celebrada el 3 de julio de 2017.
- Punto 3º.-** Dar cuenta de los cambios efectuados en la composición del Consejo (vocalías).
- Punto 4º.-** Dar cuenta del balance correspondiente a las convocatorias del año 2017 de las convocatorias de subvenciones 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 5º.-** Dar cuenta de la convocatoria de subvenciones para la dinamización del comercio de proximidad, el fomento del asociacionismo y la formación en el sector comercial correspondiente al año 2018.
- Punto 6º.-** Dar cuenta del estudio efectuado para la estimación del impacto de la ampliación peatonal de la Gran Vía sobre la actividad comercial y otros servicios
- Punto 7º.-** Dar cuenta de la campaña “De compras en bus”.
- Punto 8º.-** Dar cuenta del nuevo contrato de gestión, coordinación e impartición de actividades formativas en la Escuela de Innovación del Comercio.
- Punto 9º.-** Dar cuenta de la instrucción por la que se definen los criterios a seguir por parte de los distritos en la tramitación de las solicitudes de autorización de la ocupación de la vía pública en frentes de fachada y aceras con elementos vegetales.
- Punto 10º.-** Ruegos y preguntas.

## 1.- SALUDO Y BIENVENIDA DE LA PRESIDENTA.

Toma la palabra la **PRESIDENTA** del Consejo, dando en primer lugar las gracias a todos los presentes por haber acudido a la convocatoria, y les pide permiso para hacer fotografías de los asistentes a efectos de la elaboración del acta.

## 2.- APROBACIÓN DEL ACTA DE LA SESIÓN ANTERIOR, CELEBRADA EL 3 DE JULIO DE 2017.

Concedida la palabra al **SECRETARIO** por la Presidenta, se somete el contenido del acta de la sesión anterior a la consideración de los asistentes, siendo aprobada por asentimiento unánime.

## 3.- DAR CUENTA DE LOS CAMBIOS EFECTUADOS EN LA COMPOSICIÓN DEL CONSEJO (VOCALÍAS).

En primer lugar, el **SECRETARIO** pone de manifiesto que se ha producido un cambio en la composición del Consejo y han variado algunos de sus integrantes. Así, se expone que ha habido un Decreto de la Delegada, de 29 de enero de 2018, en virtud del que se han modificado algunas de las vocalías. En síntesis, de forma definitiva los cambios efectuados son:

- a) Cesar como miembro del Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid en representación del Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social a:
  - D. Eloy Gregorio Cuéllar Martín, como vocal titular.
- b) Nombrar como miembro del Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid en representación del Área de Gobierno de Coordinación Territorial y Cooperación Público-Social a:
  - D.<sup>a</sup> Gema Rivas Díaz, Coordinadora General de Acción Territorial y Cooperación Público-Social, como vocal titular.
- c) Cesar como miembro del Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid en representación de la Coordinación General de Equidad, Servicios Sociales y Vivienda a:
  - D. Miguel Ángel Alemany Haro, Subdirector General de Políticas Activas de Empleo de la Agencia para el Empleo, como vocal suplente.

- d) Nombrar como miembro del Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid en representación de la Coordinación General de Equidad, Servicios Sociales y Vivienda a:
- D. Jose M<sup>a</sup> Meneses Castillo, Subdirector General de Recursos Humanos, Relaciones Institucionales y Comunicación de la Agencia para el Empleo, como vocal suplente.
- e) Cesar como miembro del Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid en representación de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid a:
- D. José Luis Molina Herrero, como vocal titular.
- f) Nombrar como miembro del Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid en representación de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid a:
- D. Óscar García Hernández, como vocal titular.

#### 4.- DAR CUENTA DEL BALANCE CORRESPONDIENTE A LAS CONVOCATORIAS DEL AÑO 2017 DE LAS CONVOCATORIAS DE SUBVENCIONES.

La **PRESIDENTA** recuerda a los asistentes que en la publicación efectuada de los beneficiarios figura la cantidad efectivamente justificada por ellos.

En este sentido, pone de manifiesto las siguientes cuestiones:

- En el ámbito de mercados se ha dejado una parte importante del crédito sin ejecutar, debido a que el número de peticiones reales recibidas ha sido inferior al inicialmente estimado tras los contactos previos mantenidos con los posibles interesados, bien por falta de solicitud, bien por desistimiento de las mismas. También cabe reseñar que los porcentajes justificados han sido inferiores a otros años. Esta circunstancia, aunque en menor medida también se ha producido en la convocatoria de asociacionismo.
- La respuesta de las galerías e alimentación ha sido inferior a lo esperado, pese a ser una demanda claramente reiterada durante muchos años.
- En algún caso también ha sido imposible conceder las cantidades solicitadas al ser los solicitantes deudores de la hacienda municipal.

## 5.- DAR CUENTA DE LA CONVOCATORIA DE SUBVENCIONES PARA LA DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD, EL FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO Y LA FORMACIÓN EN EL SECTOR COMERCIAL CORRESPONDIENTE AL AÑO 2018.

La **PRESIDENTA** pone de manifiesto que este año por fin se ha conseguido adelantar sustancialmente el plazo de publicación de la convocatoria de asociacionismo, que se ha producido el 29 de enero pasado, lo que permitirá compatibilizar mejor la tramitación de las dos líneas de subvención.

Se había solicitado para el ejercicio 2018 incrementar el crédito un 50% pasando de 400.000 € a 600.000 €, finalmente no han sido nada más que 515.000 € por una razón de valoración de riesgos. Al hacer el trámite de forma anticipada – en 2017 - y no haberse aprobado dentro del último mes del ejercicio 2017 los presupuestos para 2018, solamente se podía disponer del crédito existente como presupuesto prorrogado. En este sentido, hacer la tramitación anticipada de la convocatoria permitía sacarla por solo 515.000 € en vez de 600.000 €. Hubo que tomar una decisión: o tramitarla de manera anticipada y asegurar 515.000 € y renunciar a los 85.000 teóricos que se habían inicialmente previsto, o no tramitarla de manera anticipada y esperar a la aprobación de los presupuestos del 2018, por lo que se optó por lo primero, asegurando el importante aumento de 115.000 €.

La convocatoria es muy similar a la de pasados años ya que se valora muy positivamente cómo está funcionando, sobre todo con el lanzamiento de algunas iniciativas que se están consolidando de manera muy firme, como son los proyectos de dinamización de las distintas zonas comerciales. En este sentido se puede destacar, por ejemplo, la dinamización del barrio de Salesas con el proyecto Salesas Village (festival que se celebra todos los primeros sábados de cada mes de la mano de ACOTEX), otras actuaciones por ejemplo en el distrito Centro (Vive Malasaña), y, a nivel de hostelería el proyecto de San Blas con una consolidación año tras años que lo convierte en una herramienta de gran utilidad para la dinamización del comercio de proximidad.

Respecto a plazos, hay que destacar que el plazo de ejecución de los proyectos es, igual que el año pasado, entre el 1 de agosto del 2017 y al 31 de julio del 2018, para facilitar la tramitación administrativa de cara a la justificación de las inversiones.

En cualquier caso, **LA PRESIDENTA** pide disculpas anticipadamente por el farragoso sistema de indicadores incorporado a la convocatoria por imperativo legal.

Toma la palabra el **SR. RODRÍGUEZ LÓPEZ**, quien, después de poner de manifiesto que la subvención concedida el año pasado a La Viña ya ha sido abonada, expone que su asociación echa de menos que la hostelería se beneficie y se subvencione igual que los mercados y el comercio de proximidad; no se trataría de dar menos al comercio, sino más a la hostelería, que no se ningunee a ésta.

Replica **LA PRESIDENTA** que cuando el Ayuntamiento habla del sector comercial se refiere siempre a todas las actividades del zócalo comercial de la ciudad y la prueba de ello es que la asociación La Viña es una de las asociaciones que todos los años ha percibido ayuda; es decir el asociacionismo hostelero si está incluido en el ámbito de las subvenciones de capítulo 4. Otra cosa son las subvenciones de capítulo 7, no dirigidas a las asociaciones sino a las empresas; hoy por hoy no tiene dotación el presupuesto municipal ni la ha tenido nunca. Nunca ha habido ayudas a los comercios que no estuvieran dentro de los mercados hasta este año pasado que se ha incluido a las galerías por ser un formato que durante muchos años estuvo intervenido por la Administración municipal ya que no se podían abrir galerías comerciales en cualquier sitio y que además sustituyó la iniciativa municipal en cuanto a la expansión del comercio agrupado. Eso no quiere decir que en otro escenario presupuestario y en otro momento no se pueden valorar actuaciones puntuales, pero en principio no se dispone de esa línea ayuda.

En cualquier caso, **LA PRESIDENTA** hace hincapié en que siempre que la Dirección General habla de comercio, incluye la hostelería.

Interviene a continuación el **SR. GARRIDO DE LA CIERVA** solicitando información de por qué se ha quedado fuera de la concesión de subvenciones el proyecto *Barceló Food Gourmet Market Experience* y **LA PRESIDENTA** pone de manifiesto que ha sido por falta de justificación, pese a haber estado esperando hasta el último momento (igual que en otros casos, como el Mercado de Maravillas, por deudas con la hacienda municipal), lo cual es una pena pues redundante, además en la disponibilidad de cantidades inferiores para ejercicios futuros.

Toma la palabra la **SRA. ESTEBAN SOTELINO** que pregunta si en la convocatoria publicada las acciones formativas de interés comercial están dirigidas en concreto a los trabajadores de comercio y también si se ha considerado efectuar alguna jornada dirigida a comerciantes para que sepan utilizar las redes sociales, así como mejorar su venta en el comercio.

Contesta **LA PRESIDENTA** que estas ayudas a la formación se refieren exclusivamente a las ayudas que se dan a las asociaciones de comerciantes que promueven actividades formativas. Sobre si pueden ir los trabajadores indica que probablemente sí, pero estas ayudas a la formación no son acciones formativas impulsadas directamente por el Ayuntamiento, sino que son acciones formativas que las asociaciones de comerciantes hacen para sus asociados.

Respecto a los talleres formativos, más adelante se tratará el tema de la Escuela de Formación si te parece lo tratamos en su momento muchas gracias

Interviene **D.ª FRANCISCA ROMERO**, que expone que no se están subvencionando los mercadillos, que tienen necesidades importantes, como los baños. Asimismo se queja de que pese a ello son multados por cuestiones menores.

**LA PRESIDENTA** replica a la primera cuestión, dejando la segunda para el punto de ruegos y preguntas, e indica que las asociaciones de venta ambulante están incluidas en el ámbito de la convocatoria pero que en catorce años tan solo en dos ocasiones se han solicitado ayudas, que ella recuerde, por lo que anima a FECOAM a hacerlo (tareas de difusión, jornadas formativas, etc.)

## 6.- DAR CUENTA DEL ESTUDIO EFECTUADO PARA LA ESTIMACIÓN DEL IMPACTO DE LA AMPLIACIÓN PEATONAL DE LA GRAN VÍA SOBRE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y OTROS SERVICIOS.

Acto seguido, la **PRESIDENTA** pasa al siguiente punto del orden del día. Expone que era importante hacer un estudio de evaluación no tanto de la actividad directa de consulta a los establecimientos sino de cuál era la percepción de los ciudadanos ante el potencial crecimiento del flujo peatonal tras la peatonalización.

Si bien el estudio se encuentra publicado, cabe destacar como hitos:

- Alrededor de prácticamente el 63% de los residentes de la capital considera interesante o muy interesante la reforma.
- El 67% de los residentes en Madrid presenta una permeabilidad positiva alta o medio alta al nuevo proyecto.
- Hay un 48% de encuestados que son residentes en Madrid, que son los que tiene más potencial para la Gran Vía. Más de un 30% declara que aumentara su frecuencia de visita frente a un solo a un 12% que dice que disminuirá su frecuencia de visita o dejará de acudir. Es decir, estamos en unas cifras muy altas de personas que o van a mantener el flujo o la frecuencia de visita o van a incrementarlo.
- Se estima que hay un 6% aproximadamente de aumento de la frecuencia de visitas a la Gran Vía.
- Un 64% prevé el aumento del gasto.



A esta información hay que sumar las estimaciones de aforo como resultado de las medidas de reordenación del tráfico, que no del corte, de la Gran Vía. En este sentido, lo que han trasladado desde el Área competente, donde se han hecho mediciones de flujos peatonales, ha sido que la media tráfico peatonal en la Gran Vía ha sido de 7.000 peatones por hora en cada uno de los sentidos con picos máximos de 11.000 peatones a la hora y una estimación de aforo diario de 100.000 peatones que han circulado por la Gran Vía.

Asimismo, la Presidenta recuerda que se ha procurado establecer comunicación con el sector comercial, como demuestra la celebración de una reunión de la Comisión Permanente del Consejo para informar del tema, o la canalización hacia el Área competente de las sugerencias recibidas (accesos de vehículos de reparto, vehículos de recogida de dinero, cambios de señalización, etc.).

Interviene el **SR. RODRÍGUEZ LÓPEZ**, que expone que La Viña tiene otro estudio, no basado en los vecinos sino en los hosteleros, y los resultados son los contrarios: el 60% está en contra, básicamente por dos motivos:

- El reparto de mercancías y recogida de dinero.
- Fundamentalmente, la disminución de visitas para la restauración (no bares y cafeterías) al no poder acceder si no es con transporte público. Esta situación se agrava en la medida en que parece que se pretende que ciertos aparcamientos de la zona centro por ejemplo el de la Plaza Mayor, se queden exclusivamente para residentes con lo cual ese flujo todavía va a ser menor. Una de las condiciones establecidas para abrir un establecimiento de hostelería es que tenía que tener adjudicada una serie de plazas de aparcamiento para poder cubrir ciertas demandas de esas plazas; si resulta que ahora los aparcamientos van a ser exclusivamente para residentes va a ser un problema.

Replica **LA PRESIDENTA** que en cualquier caso es preciso cumplir con la normativa medioambiental, cuestión sobre la cual la Comisión Europea está encima de España. En ningún caso se va en contra del desarrollo de la actividad económica en el Centro, todo lo contrario; se pretende asentar la actividad económica en el centro y habrá que buscar soluciones que no sean incompatibles con el estricto cumplimiento de la normativa de la calidad del aire. Además, añade, hay que considerar la problemática de mezclar conducción y alcohol.

Respecto a lo de los parkings de residentes afirma que no le puede contestar porque no tiene esa información. Lo que sí afirma es que no ha habido restricción alguna de acceso a los aparcamientos públicos, que han funcionado perfectamente y han tenido porcentajes de ocupación mucho más altos de los que han tenido en otras ocasiones.

Toma la palabra **D. LUIS PACHECO**, que tras pedir disculpas por el retraso y su enfermedad, recuerda que el tema ya se trató en la Comisión Permanente, como ha expuesto la Presidenta, y en CEIM. Afirma que pese a lo expuesto por la Administración, y la existencia de gente por la calle, el Centro está dejando de ser atractivo para restauración de grupos o empresas, y que igualmente han oído quejas de los propietarios de los parkings que en el mes de diciembre han pasado muchos días a estar a un 30 o un 40% por la imposibilidad de acceso para los vehículos.

Esto indica que se está a un 50% de solucionar el problema, pues hay que tener en cuenta también el problema del aire, materia en la que lo estamos haciendo mal todos, pese a que las cifras son mejores que en otros años, y no se arregla sólo fomentando el transporte público.

COCEM dispone de un estudio que pone manifiesto el cambio de los hábitos de compra, de manera que antes se iba a comprar a pie a los mercados, a las galerías y a las tiendas de proximidad y ahora se opta por movilizar el coche e ir a los parkings no solo de la zona Centro, sino también a los parkings de grandes superficies. Ha habido una clarísima estrategia empresarial de volcarse en los fines de semana, los sábados y los domingos, movilizand o cientos de miles de vehículos, favorecida por una ideología ultraliberal, permitiendo abrir todos los festivos, estrategia con la que COCEM no está de acuerdo. Las consecuencias las está pagando Madrid y los comercios de alrededor de Madrid.

**LA PRESIDENTA** agradece al Sr. Pacheco su esfuerzo, no sin dejar de recordarle la posibilidad de utilizar la figura del vocal suplente. Acto seguido manifiesta que las caídas de las ventas en el comercio físico no se han producido solo en el entorno de la Gran Vía; con los datos por ejemplo de ACOTEX se aprecia una caída de las ventas del 10% - 12% a nivel de la ciudad. Cabe hacer varias reflexiones:

- Por un lado, el auge del comercio electrónico, cuyos resultados no aparecen en los balances aportados y que a veces deriva de la presencia previa en comercio físico.
- Por otro lado, las cifras de venta que se han dado son relativas a las ventas del mes de diciembre. Así, por ejemplo, se ha detectado una importantísima caída de las ventas sobre todo en el sector regalo, textil y complementos en el puente de la Inmaculada, que hasta hace tres cuatro años probablemente era el mejor puente de ventas del año. Pues bien, lo ha “matado” la distribución ella misma porque se celebra el *Black Friday* y durante todo el mes de noviembre se producen ventas con unos importantísimos descuentos.

- Por último, las rebajas están liberalizadas y ya no empiezan el 8 de enero. Las rebajas, sobre todo en grandes operadores de la distribución, empiezan el 15 de diciembre. Si alguien puede comprar lo mismo o en el mes de noviembre con un 30% de descuento o en el 15 diciembre con un 25 o un 30 o incluso un 40% de descuento es muy difícil que alguien lo venga a comprar el 8 de diciembre al 100%. Esto se ha traducido en ese estiramiento de la campaña de Navidad que empieza en noviembre y acaba a finales de enero.

Respecto a las reflexiones sobre las medidas de calidad del aire entiende que este no es el foro para tratarlas porque el Área competente es la de Medio Ambiente. Asimismo, al respecto de las medidas que se apuntan en cuanto a los grandes centros comerciales entiende que la mayor parte se ubican fuera de Madrid y, por tanto, no son un asunto competencia del Ayuntamiento de Madrid, como tampoco lo es el horario de los horarios comerciales.

El Sr. **FERNÁNDEZ JIMÉNEZ** afirma que es cierto lo que se ha expuesto acerca del comercio electrónico y los centros comerciales en el exterior de la ciudad, y que en cuanto a la calidad del aire todos hemos de aportar lo que podamos en la medida de nuestras posibilidades. Pero también constata que un tema a tener en cuenta es el gran incremento de los transportes internos propiciados por empresas como Amazon, aunque no sabe si este es el foro para discutirlo. En todo caso, cree que deberían regularse unos aspectos y otros. Por otro lado, afirma que inevitablemente habrá que medir el impacto y consecuencias de las distintas campañas promocionales y su duración.

Replica **LA PRESIDENTA** manifestando que está de acuerdo y que nadie mejor que los propios comerciantes para valorar y medir los impactos. En cualquier caso, reconoce que es difícil sustraerse a participar en corrientes internacionales como el Black Friday si otros operadores sí participan, *Black Friday* que realmente se convierte en "*Black Month*" por su duración.

Respecto al impacto que tiene el incremento del comercio electrónico en la ciudad, afirma que es obvio que el mismo es importante puesto que aumenta muchísimo el reparto domiciliario; evidentemente habrá que tener en cuenta esas circunstancias del reparto domiciliario de las grandes cadenas o de las pequeñas cadenas y cuáles son los medios de transporte. En este sentido, apunta que la Dirección General de Economía y Sector Público está trabajando en algunos proyectos de kilómetro cero para favorecer medios de transporte "de última milla" con sistemas que tengan un menor impacto medioambiental, pero evidentemente eso formará parte de las medidas del Área de Medio Ambiente.

En todo caso, la regulación de la competencia con las grandes operadores de ámbito global, es un tema que queda absolutamente fuera del marco de las competencias municipales. Entiende que lo que hay que hacer es aprender a

convivir y a competir con ellos y a generar hábitos de compra, poniendo de manifiesto la importancia del comercio local como elemento vertebrador y de que por mucho que nos guste comprar por comercio electrónico lo que le da vida a la ciudad no es eso, sino el ciudadano que pasea por la calle.

Interviene la **Sra. GALBARRO RODRÍGUEZ** afirmando que, como sindicato, CC.OO no puede estar en contra de las medidas. Entienden que una medida correctora medioambiental no es opcional sino que tiene ser obligatoria porque directamente afecta a la salud. Creen que se puede potenciar el comercio de proximidad y que cuando hablamos de las ventas y del consumo no se puede desvincularlo de lo que son los salarios y la precariedad en la contratación. Concretamente, en este sector de comercio la contratación a tiempo parcial es elevadísima sobre todo en las grandes empresas; la contratación que se está haciendo es prácticamente el 100% a tiempo parcial. En realidad, cuando se habla que se genera empleo, a lo mejor es que un contrato de 40 horas se ha cambiado por 3 contratos a tiempo parcial y lógicamente eso está vinculado directamente con el consumo de los ciudadanos.

En relación a los horarios de Mercamadrid, entiende que se debería de debatir el impacto que puede tener en este Consejo.

Por último, respecto al tema de los horarios comerciales, cree que también está vinculado con el medio ambiente y desde Comisiones Obreras siempre lo han dicho: potenciar el uso del transporte público, pues también hay centros comerciales dentro de la ciudad y se producen impactos medioambientales. Si bien es verdad que el tema de los horarios comerciales no es competencia de este Ayuntamiento, desde su sindicato lo van a decir en todos los foros posibles.

## **7.- DAR CUENTA DE LA CAMPAÑA “DE COMPRAS EN BUS”.**

La **PRESIDENTA** pasa al siguiente punto del orden del día para dar cuenta de la campaña “De compras en bus” que se ha realizado durante el mes de diciembre y continúa durante el mes de enero; la idea es hacerla extensiva durante todo el año. Se trata de una campaña dirigida a la promoción de las compras en las principales áreas comerciales de la ciudad aunque no sean necesariamente las más turísticas.

En la campaña se ha colaborado con todos los agentes que están integrados dentro del proyecto Madrid Capital de Moda –ACOTEX ha tenido una participación muy activa-, y también se ha colaborado con la EMT (40 autobuses durante un mes). Se ha hecho una campaña global en la que cabe mencionar:

- Apariciones en mobiliario urbano (más de 400 MUPIS y marquesinas). La imagen de esos soportes eran la misma que se ha repartido a los asistentes al Consejo: una mano con una bolsa en sus dos versiones una de hombre y otra de mujer.
- “Perching” en los propios autobuses y vinilado de los mismos.
- Edición de planos, en cuya difusión ha colaborado Turismo en diversas ferias.
- Convenio de colaboración con AMC Networks para la emisión de programas relativos a cada una de las zonas comerciales de Madrid. En la web municipal se irán colgando los distintos reportajes a medida que se vayan realizando.

La Presidenta aprovecha para agradecer su colaboración tanto al Área de Gobierno de Medio Ambiente y Movilidad como a la Empresa Municipal Madrid Destino Cultura Turismo y Negocio, S.A.

Interviene la **Sra. ESTEBAN SOTELINO** afirmando que cree que faltaría incorporar un turismo más “inclusivo”, teniendo en cuenta no sólo el turismo que viene de fuera, sino también el realizado por los propios madrileños, haciendo referencia a que las líneas de los distintos medios de transporte público deberían de llegar a las cabeceras de las líneas comerciales marcadas.

Por otro lado, plantea la cuestión de si el Ayuntamiento se ha planteado desarrollar una *app*, que podría ser de gran utilidad, ya que mucha de la información que se ofrece actualmente se pierde.

La **PRESIDENTA** agradece ambas sugerencias. No obstante, advierte que en el momento actual se carece de presupuesto para el desarrollo de una aplicación pero que se intentará canalizar la información a través de la web de Madrid Capital de Moda y redes sociales, uno de cuyos objetivos es precisamente dar difusión a este tipo de eventos

La **Sra. ROMERO JIMÉNEZ** apunta que no se olviden los mercadillos en estas iniciativas

## 8.- DAR CUENTA DEL NUEVO CONTRATO DE GESTIÓN, COORDINACIÓN E IMPARTICIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS EN LA ESCUELA DE INNOVACIÓN DEL COMERCIO.

Finalizado el anterior, la **PRESIDENTA** pasa al octavo punto del orden del día, informando que ya se ha adjudicado el contrato de formación a través de la escuela de innovación para el comercio, al que se remitía en el punto 5; esta es la actividad formativa de la Dirección General.

Se han licitado 3 lotes: uno para carnicerías, uno para pescaderías y otro de carácter general. Esta actividad formativa dirigida al comercio se complementa con la intensa acción formativa que se desarrolla en el ámbito de la Dirección General dirigida a emprendedores, concepto estrechamente ligado al comercio. No se han licitado más sectores porque son esos dos (carnicería y pescadería) los que han trasladado sus necesidades formativas. Se trata de actividad formativa dirigida fundamentalmente a los empresarios pero también a los trabajadores, de forma gratuita, sin límites de formación académica o experiencia profesional. En el paquete general se han integrado de propuestas de Madrid Foro Empresarial, ACOTEX y de otras asociaciones. En la web, en la página del Consejo, se colgará una ficha resumen de las actividades formativas y se difundirá en redes sociales.

Recuerda la Presidenta que la Dirección General de Comercio y Emprendimiento está vinculada básicamente con tres líneas formativas: la que se canaliza a través de subvenciones al asociacionismo, la que realizan los gestores de los viveros de empresas, y la que se efectúa a través de la Escuela de Comercio. En esta última, lamenta que a veces la concurrencia es escasa, pese a hacer esfuerzos en adaptarse en los horarios.

Por último, menciona también otras dos actividades formativas: un segundo módulo de “Sé digital” –formación *on line*- (para cuya difusión pide la colaboración de las asociaciones), y una acción con Mastercard para impulsar el pago con tarjeta en los mercados municipales o en cualquier otro tipo de establecimiento, independientemente de las cantidades a abonar y los productos a adquirir, e incentivar las ventas.

Interviene el **Sr. PACHECO TORRES** recordando que COCEM está haciendo una gran labor para alcanzar acuerdos con las entidades bancarias para disminuir los porcentajes que éstas se llevan, esto está redundando en que cada día el pago con tarjeta sea mayor. En este mismo sentido, el Sr. Pacheco aprovecha para sugerir que los conductores de autobuses de la EMT dispongan de cambio, pues hay muchos clientes que acaban pidiendo ese cambio en los comercios para poder pagar el transporte. La **PRESIDENTA** se compromete a hacer llegar la sugerencia a la EMT.

Por otro lado, el **Sr. PACHECO** manifiesta que no es normal que no haya formación en el sector de frutas y verduras, a lo que la **PRESIDENTA** replica sugiriendo que se traslade esa petición cuando se les pidan sugerencias, las cuales en esta ocasión no han realizado; el **SR. PACHECO** afirma que en COCEM no han recibido ninguna solicitud, replicando la **PRESIDENTA** que se ha remitido a todas las asociaciones.

Abunda la **PRESIDENTA** en el tema, recordando a los presentes que a través de la convocatoria de subvenciones para fomento del asociacionismo también se pueden organizar actividades formativas impulsadas por las asociaciones del sector.

Interviene la **Sra. ESTEBAN SOTELINO**, preguntando acerca de si la Escuela proporciona títulos oficiales, ya que dichos títulos son necesarios para poder acreditar conocimientos y experiencia y evitar discriminaciones; exponiendo la problemática curricular actual en el Sector, donde un trabajador con años de experiencia no puede acreditarlos curricularmente, al no haber una titulación certificada oficial. Lo que supone un perjuicio para el trabajador, haciendo que se le contrate con una categoría inferior a la que por experiencia tiene, y obligándolo a argumentarlo con la destreza que demuestre en los primeros meses del contrato. Sería fundamental para dignificar el comercio y que se sepa a quién se contrata en cada caso. Ya que esta situación hace que los contratos que deberían estar asignados para los jóvenes que empiezan en el Sector los ocupen trabajadores con años de experiencia en éste. Aunque no es competencia exclusivamente municipal, pide ayuda al Ayuntamiento para poder avanzar en esa línea." Además de reclamar que se añadan a los cursos no oficiales, cursos de charcutería y frutería, a los que ya se están impartiendo en pescadería y carnicería.

Replica la **PRESIDENTA** poniendo de manifiesto que no se trata de titulaciones oficiales, aunque está de acuerdo con las reivindicaciones de UGT. Son actividades de mejora de la formación pero no tienen ninguna certificación oficial. No obstante, se está trabajando en esa línea desde el Área de Equidad, Derechos Sociales y Empleo a través de la Agencia para el Empleo. En este sentido, cede la palabra al **Sr. MENESES CASTILLO**.

El **Sr. MENESES CASTILLO** afirma que, efectivamente, la enseñanza reglada, fundamentalmente a través de Certificados de Profesionalidad, se está impartiendo a través de la Agencia para el Empleo. Existen varias líneas abiertas de titulaciones oficiales (el ámbito más importante de actuación), pero también de formación para gente que no requiere un certificado de profesionalidad sino simplemente mejorar sus conocimientos.

Concluye el punto la **PRESIDENTA** agradeciendo la sugerencia a UGT y comprometiéndose a hacer lo posible en el ámbito de competencias de la Dirección General.

## 9.- DAR CUENTA DE LA INSTRUCCIÓN POR LA QUE SE DEFINEN LOS CRITERIOS A SEGUIR POR PARTE DE LOS DISTRITOS EN LA TRAMITACIÓN DE LAS SOLICITUDES DE AUTORIZACIÓN DE LA OCUPACIÓN DE LA VÍA PÚBLICA EN FRENTES DE FACHADA Y ACERAS CON ELEMENTOS VEGETALES.

Afirma la **PRESIDENTA** que esta Instrucción viene a dar respuesta a una demanda que existe por parte de distintos sectores de que se implante lo que se conoce como extensión en establecimientos comerciales.

Esta medida ya intentó impulsarla la Dirección General de cuando se aprobó la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público, en el año 2014 de hecho prácticamente estuvo redactado el artículo pero finalmente hubo que desistir y retirarlo. Si se autoriza la ocupación de la vía pública para la exposición y venta hay que autorizarla para todos los sectores (fruterías, floristerías, tiendas de moda.....) y eso convierte a las calles de Madrid en un espacio absolutamente intransitable donde además hay otros colectivos no empresariales que tienen sus derechos y sus dificultades.

Después de estar trabajando mucho internamente con las distintas fórmulas, se ha encontrado una vía que es la del embellecimiento de la ciudad con elementos ornamentales vegetales. Inicialmente se hablaba de “flores” luego se dijo “vegetales” y “vegetales naturales”. Se establecen unas condiciones que tendrán que valorar los Distritos; esto no es una ordenanza, no genera derechos a terceros. Estamos en el ámbito de que el Ayuntamiento pueda autorizar ocupaciones privativas de dominio público con un fin justificado: el embellecimiento de la ciudad. En ningún caso se trata de extensiones de establecimientos comerciales para comercialización y venta, es decir, son con fines exclusivamente decorativos.

Asimismo, recuerda la **PRESIDENTA** que, sin perjuicio de la Instrucción, existe otra vía de ocupación de la vía pública, que es la del artículo 5 de la Ordenanza de dinamización de actividades comerciales en dominio público que es la que nos permite hacer actividades de dinamización como el mercado las flores de Jorge Juan, Salesas Village o Santa Ana Street Market,

Interviene el **Sr. PACHECO TORRES** afirmando que, a su juicio, el comercio recibe un trato totalmente discriminatorio con respecto a la hostelería o a la restauración, a las que se permite la instalación de terrazas con mayor libertad, y constituyen idénticos impedimentos para los ciudadanos. Y lo mismo pasa con la permisividad con el aparcamiento de motos en las aceras o las estaciones de bicicletas. Existe una doble vara de medir.



Replica la **PRESIDENTA** que si en Madrid hay del orden de 35.000 establecimientos comerciales no se pueden mantener 35.000 extensiones de establecimientos comerciales; tiene que haber un límite la ocupación del dominio público. La ocupación del dominio público por terrazas y motos viene contemplada en la normativa sectorial correspondiente. No se ha entendido oportuno ni viable autorizar “terrazas” de comercios y se ha llegado hasta donde se ha podido.

## 10.- RUEGOS Y PREGUNTAS.

Por la **PRESIDENTA** se abre el turno de ruegos y preguntas.

Toma la palabra **D. GUILLERMO DEL CAMPO** preguntando acerca de cuál es la posición del Ayuntamiento en el tema de los horarios de Mercamadrid.

Al respecto, la **PRESIDENTA** responde que es fundamental atender a todas las sensibilidades implicadas y lograr ser flexibles, A tal efecto, la Dirección General de Comercio y Emprendimiento es la encargada de reunirse con los minoristas y la propia Mercamadrid con los mayoristas.

Expone que el planteamiento es mantener el actual horario, flexibilizándolo al máximo, de tal forma que los mayoristas que quieran puedan empezar antes, siempre y cuando ello no colisione con las medidas fundamentales de prevención de riesgos y las labores esenciales del funcionamiento de Mercamadrid. Así, se podrán realizar actividades desde las cinco de la mañana hasta el momento en que sea preciso finalizar para acometer operaciones de limpieza.

Toma la palabra el **Sr. CASADO MARTÍN** para comentar dos temas: los horarios comerciales y el tráfico:

- Horarios comerciales.

En este tema, afirma que, si bien las competencias son de quién son y, por lo tanto, el Ayuntamiento en competencia de horarios comerciales poco puede hacer, le gustaría al menos dejar encima de la mesa para simple conocimiento que desde hace años en la Comisión Europea se está trabajando en un paquete de medidas relativas a lo que se denominan “restricciones operativas” y que va a concluir con un informe que va a sacar la propia Comisión Europea en unos meses. Se trata de una comunicación (no es una directiva o un reglamento) donde se van a analizar esas restricciones operativas. La primera de la lista de la Comisión Europea son precisamente las restricciones que se producen a los horarios comerciales, entendiendo la Comisión que estas restricciones son incompatibles con el Derecho Europeo.

Por otro lado, expresa su extrañeza con la posición manifestada por los representantes sindicales cuando muy recientemente han participado en la firma de un convenio colectivo de grandes almacenes, después de muchos años, en el que se aboga por una mayor liberalización de los horarios comerciales precisamente amparados en la conciliación de la vida laboral y familiar.

- Restricciones de tráfico.

Entiende que cualquier medida debe adoptarse desde un punto de vista globalizador y que no sólo el comercio provoca un incremento del tráfico.

La **PRESIDENTA** le agradece su intervención y le ruega que le dé traslado de cualquier información sobre la actividad de la Comisión Europea. Constata asimismo que introducir barreras a los horarios comerciales no hace sino favorecer al comercio electrónico, que funciona 24 horas al día 365 días al año.

Por alusiones, toma la palabra la **Sra. GALBARRO RODRÍGUEZ** recordando que se firman muchos convenios colectivos y que una cosa son las condiciones laborales y otra cosa la normativa de horarios comerciales, es preciso regular los domingos en que se obliga a trabajar, independientemente de que piensen que esos horarios son perjudiciales para el medio ambiente.

Acto seguido, interviene el **Sr. PACHECO TORRES**, también entendiéndose aludido. Afirma que en Estados Unidos están desapareciendo los grandes centros comerciales ("malls") y que actualmente en España se está utilizando el horario como herramienta contra las empresas familiares, hasta que las grandes superficies se hagan con el monopolio; entonces cerrarán los domingos. No comprende que puedan darse dentro de Madrid licencias de 24 horas a establecimientos como Carrefour.

La **PRESIDENTA** recuerda al Sr. Pacheco que la Normativa de liberalización y la supresión de barreras y el impedimento de emitir informes de competencia deviene de una Directiva Europea y deviene de una liberalización del sector realizada por una Normativa Europea del año 2004, 2006 y se ha traspuesto al ordenamiento jurídico español a través de la Ley Ómnibus y de Ley Paraguas.

Toma la palabra **D.ª FRANCISCA ROMERO** afirmando que el sector de la venta ambulante tiene problemas no sólo con las grandes superficies sino también con el pequeño comercio, debido a las 5 horas escasas de tiempo de venta de que disponen. Incrementar ese horario es una vieja aspiración por la que llevan luchando desde hace mucho tiempo.

Respecto al tema del embellecimiento no tiene nada que objetar siempre que no se conviertan en puntos de venta, a lo que la **PRESIDENTA** replica aclarando que la venta, en todo caso, será en el interior de los establecimientos.

Por último, la **Sra. ROMERO**, respecto al tema del horario de Mercamadrid señala que en su sector hubiesen preferido las cuatro de la mañana

Para finalizar la sesión, la **PRESIDENTA** informa de otra actuación promocional en la que se verá implicada la Dirección General de Comercio y Emprendimiento: la Exposición *Meninas Gallery*, con la colaboración de ACOTEX. Será una exposición urbana en torno a la figura de la Menina de Velazquez, con intervenciones de distintos artistas.

Es una iniciativa que se hace en el ámbito del proyecto Madrid Capital de Moda y viene amparada e impulsada por ACOTEX en el marco de un convenio de colaboración. Las primeras meninas ya están expuestas en IFEMA, desde la celebración de FITUR y en la plaza de Margaret Thatcher (para todos los efectos Plaza de Colón).

Tras dar las gracias a los asistentes por su presencia, no habiendo más asuntos que tratar, se levanta la sesión por **LA PRESIDENTA** a las 14:25 horas.

EL SECRETARIO

Armando Teixeira Feijoo

VºBº  
LA PRESIDENTA

Concepción Díaz de Villegas Soláns