

## MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA NECESIDAD DE CONTRATACIÓN DE UN DIAGNÓSTICO DEL PEQUEÑO COMERCIO MINORISTA DE MADRID.

### 1 Antecedentes y necesidad de realización del estudio propuesto

El artículo 26.3.1.2 del Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid atribuye a la misma la competencia exclusiva en materia de comercio interior, sin perjuicio de la política general de precios, de la libre circulación de bienes en el territorio del Estado, y de la legislación sobre defensa de la competencia.

Conforme a lo anterior, el Decreto 193/2015, de 4 de agosto, del Consejo de Gobierno por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda, modificado por Decreto 126/2017, de 24 de octubre, del Consejo de Gobierno, desarrolla las atribuciones que corresponden a la Dirección General de Comercio y Consumo, entre las que se encuentra “La asistencia técnica a las empresas y asociaciones del sector comercial y de servicios”.

Por ello, ya en el año 2016, la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda, teniendo en cuenta la importancia del sector comercial en el crecimiento de la economía de nuestra Región, y dada la demanda del propio sector, decidió la contratación de un programa de Diagnóstico Global del Pequeño Comercio Minorista de Madrid.

En este primer Programa se seleccionaron un total de 145 comercios participantes, de entre la totalidad de solicitantes, consistiendo dicho **Programa 2016** en:

- La realización de Planes de Activación Comercial individualizados (uno por cada comercio participante), basados en visitas a los comercios, que contienen las propuestas de mejora singularizadas para cada uno de ellos.
- La ejecución de 9 Informes zonales y sectoriales, con el siguiente desglose:
  - Informe Global con extrapolación de datos y conclusiones, para toda la Comunidad de Madrid.
  - Informe de la Zona Comercial del distrito de Vallecas
  - Informe de la Zona Comercial del distrito de Arganzuela
  - Informe de la Zona Comercial del Barrio de Prosperidad
  - Informe con extrapolación de datos, para el sector de Alimentación



- Informe con extrapolación de datos, para el sector de No Alimentación
- Informe con extrapolación de datos, para el sector de Comercio Ambulante
- Informe de la Zona Comercial del municipio de Parla
- Informe de la Zona Comercial del municipio de Villanueva del Pardillo

La selección de estas áreas comerciales de la capital y de dos municipios de la región, tomadas como referencia para el año 2016, se fundamentó en:

- Que se corresponden con Distritos y municipios de elevada población, con alta representatividad de población inmigrante (menor en el caso de Prosperidad y Villanueva del Pardillo).
- Que se corresponden con ejes de elevada densidad comercial e influencia distrital e interdistrital, en el caso de la capital.
- El perfil mayoritario se corresponde con pequeño comercio de proximidad, que está atravesando una fase de reconversión empresarial por la crisis.

El éxito del programa, unido a la muy positiva acogida en el sector del pequeño comercio, motivo que el mismo se repitiera en el año **2017**. En ese ejercicio, el Programa alcanzó y benefició a un total de 220 comercios y, como novedad, empresas artesanas de la región.

Respecto del año 2016, en 2017 se abarcaron nuevas áreas territorializadas que fueron:

- los distritos de Canillejas-San Blas, Centro y Villaverde, en el municipio de Madrid.
- diversos municipios de la Sierra Norte de la región.
- los subsectores de comercio ambulante, como en años precedentes y, como novedad, empresas artesanas de la Comunidad de Madrid.

En el año **2018**, respecto a los ejercicios 2016 y 2017, y de nuevo en base a la óptima acogida por parte de los sectores tanto del pequeño comercio como de las empresas artesanas, se llevó a cabo de nuevo el Programa participando finalmente en esta ocasión un total de 408 pequeños comercios, abarcando nuevos subsectores y áreas territoriales:



- Municipios: Alcalá de Henares, Colmenarejo y Tres Cantos.
- Comarca Sierra Norte.
- Distritos de Madrid: Tetuán y Usera.
- Sectores de comercio: carnicerías, floristerías y joyerías.

En el momento actual sigue siendo fundamental para el pequeño comercio continuar analizando su situación para su desarrollo actual y futuro. Es urgente ofrecer soluciones y apoyos, que lejos de considerar que la globalización iba a erradicar al pequeño comercio del tejido comercial, consideren que la realidad es bien distinta ya que los pequeños comercios tienen un gran futuro, siempre y cuando estén gestionados de forma profesional.

La cualificación en el comercio tradicional se ha guiado a través de la propia experiencia adquirida por el comerciante durante años de trabajo. Este hecho deviene en un déficit de profesionalización del sector que, en consecuencia, provoca una visión a corto plazo en la gestión de la empresa comercial, careciendo así de una planificación organizada en la que queden fijados objetivos a horizontes más lejanos.

Consecuentemente, el comerciante dispone de una menor capacidad de adaptación a los cambios en los hábitos de consumo, a las nuevas tendencias o a los avances tecnológicos, limitando así la innovación o la introducción de nuevas fórmulas comerciales para aplicar una mejora constante.

El necesario diagnóstico de la situación del comercio pretende proporcionar la información necesaria a la Administración sobre los conocimientos necesarios sobre la gestión empresarial, la adecuación del comercio, la atención a la clientela, las técnicas de venta o el uso de las nuevas tecnologías, entre otros aspectos. Es indispensable para que la persona con responsabilidad de decisión en el pequeño comercio madrileño evolucione al concepto de empresario, y, en todo caso, absolutamente imprescindible cuando se acometen proyectos de modernización del establecimiento

En definitiva, el Gobierno Regional persigue mejorar el crecimiento y rentabilidad del sector artesanal, para lo cual es necesario un mayor conocimiento del sector como actividad e identificar los factores claves para conseguir una mayor competitividad.

En relación con lo descrito anteriormente, se hace necesario dar continuidad en la presente anualidad, al Programa iniciado en los ejercicios precedentes, ampliándolo a nuevas zonas comerciales descriptivas de la realidad del pequeño comercio que se quiere analizar y conocer, con el fin de continuar aportando soluciones efectivas para su mejor y mayor competitividad.



El objeto del contrato se describe de manera pormenorizada en la propuesta de Pliego de Prescripciones Técnicas que se tramita junto a la presente Memoria.

El procedimiento elegido para la adjudicación del contrato será el ABIERTO, donde todo empresario interesado podrá presentar una proposición, quedando excluida toda negociación de los términos del contrato con los licitadores, según establece el artículo 156 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

El gasto a que se refiere la contratación propuesta corresponde con un valor estimado para la realización del objeto del contrato, que asciende a TRESCIENTOS OCHENTA Y TRES MIL CUATROCIENTOS QUINCE EUROS CON CUARENTA Y CUATRO CÉNTIMOS (383.415,44 €) sin IVA y CUATROCIENTOS SESENTA Y TRES MIL NOVECIENTOS TREINTA Y DOS EUROS CON SESENTA Y OCHO CÉNTIMOS (463.932,68 €) IVA incluido, importe que se aplicará al subconcepto 22706 "Trabajos realizados Empresas, estudios y trabajos técnicos" del Programa 431A "COMERCIO" de los Presupuestos Generales del ejercicio 2019 de la Comunidad de Madrid.

El coste del Diagnóstico será abonado a la empresa adjudicataria de acuerdo al precio de adjudicación con el siguiente calendario de pagos, que estarán sujetos a las correspondientes Recepciones parciales:

- El 50% una vez que el adjudicatario haya procedido a la realización del proceso de selección de la muestra de los 420 pequeños comercios minoristas de la Comunidad de Madrid, objeto del diagnóstico, y que haya adaptado la plataforma virtual para la realización de las actividades de análisis y elaboración de informes.
- El 50 % restante a la entrega del conjunto de Informes objeto del contrato y tras su validación por la Dirección General de Comercio y Consumo

LA DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO Y CONSUMO

