

IP 8/07

Informe Previo sobre el Proyecto de Decreto por el que se
Crea y Regula la Red de Tiendas Rurales de Castilla y
León

Fecha de aprobación:
Pleno de 19 de abril de 2007



Informe Previo sobre el Proyecto de Decreto por el que se crea y regula la Red de Tiendas Rurales de Castilla y León

El Proyecto de Decreto, arriba reseñado, fue remitido al CES con fecha 29 de marzo por la Consejería de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León.

Al Proyecto acompaña la documentación que ha servido para su realización.

Visto que la Consejería remitente solicita el Informe por el cauce procedimental ordinario, procede aplicar los trámites previstos en el artículo 35 del Reglamento de Organización y Funcionamiento del CES.

La elaboración de este Informe previo fue encomendada a la Comisión de Trabajo de Desarrollo Regional, que lo analizó en su reunión del día 10 de abril de 2007, siendo posteriormente remitido a la Comisión Permanente que, después de su deliberación en la sesión de fecha 12 de abril, acordó elevarlo al Pleno que lo aprobó el día 19 de abril de 2007.

I Antecedentes

a) U.E.

- el Libro Blanco del Comercio, de 1999, de la Comisión Europea basado en el Libro Verde del Comercio de 1996, constata el retroceso del comercio de proximidad en el medio rural.
- El Programa Comercio 2000, de la Comisión Europea, orienta el apoyo al comercio de proximidad en zonas rurales desfavorecidas.

b) Estado

- Constitución Española artículo 149.1, números 6 y 8.



- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, que en su Disposición Final Única se declara de aplicación supletoria en defecto de las normas dictadas por las Comunidades Autónomas y, respecto a los artículos que cita en sus párrafos segundo a quinto, de aplicación general al amparo de las competencias exclusivas del Estado.

c) Castilla y León

- Estatuto de Autonomía de Castilla y León, artículo 32.1.10ª, que reconoce competencia exclusiva a la Comunidad Autónoma en materia de comercio interior.
- Plan Estratégico de Comercio de Castilla y León, de 30 de noviembre de 2006, para el periodo 2006-2009.
- Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de Comercio de Castilla y León.
- Ley 11/1998, de 5 de diciembre, de Defensa de los Consumidores y Usuarios de Castilla y León.
- Estudio encargado por la Consejería, entonces de Industria, Comercio y Turismo, en 2002 sobre el Comercio Rural en Castilla y León.

II.- Observaciones Generales

Primera.- El Proyecto responde a la necesidad de revitalizar el comercio de proximidad en el ámbito rural, por los beneficios que del mismo se derivan para este espacio.

La iniciativa que supone esta norma resulta conveniente porque al amparo de una marca registrada por la Comunidad de Castilla y León, se articula una Red que fortalece, con una imagen comercial corporativa única, una miscelánea de pequeñas tiendas rurales con escasas o nulas posibilidades de promoción individual.



Resulta también oportuna, porque coincide con un momento de recesión de este tipo de comercio en un espacio, como lo es el rural, tan necesitado de apoyos e instrumentos de revitalización económica y social.

Segunda.- El CES ha tenido ocasión de poner de relieve en algunos de sus informes que la aplicación de muchas políticas en el ámbito rural o en el urbano requieren medidas muy diferentes, pues se trata de parámetros con necesidades y respuestas que, en la mayoría de los casos, nada tienen que ver.

El pequeño comercio no escapa a esta observación. Su caracterización, sus necesidades, los factores a los que se ha visto sometido, etc., demandan una estrategia de apoyo y desarrollo diferenciada en el ámbito urbano y en el rural.

En el Acuerdo 167/2006, de 30 de noviembre, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueba el Plan Estratégico del Comercio de Castilla y León (2006-2009) se asume esa realidad heterogénea. La caracterización del comercio rural aparece muy vinculada a las características y desarrollo de este espacio.

Este marco estratégico establece unas actuaciones ligadas al impulso de modernización de las estructuras comerciales, al reconocimiento del valor añadido de la calidad, a la discriminación positiva de todas las acciones que desde la política comercial se realicen en el ámbito rural, a la necesidad de contar con proyectos de marca y calidad que revaloricen los productos comerciales de este ámbito, potenciar economías de escala etc., entre las que fácilmente podría identificarse la iniciativa del Proyecto de Decreto.

Tercera.- La norma consta de un total de ocho artículos, dos Disposiciones Finales y un Anexo. A lo largo de su articulado (art. 3.2., art. 4.1, art. 6.1, y art. 7.1) se confían varios desarrollos posteriores a Ordenes del Consejero competente, habilitando en la Disposición Final Primera al dictado de las mismas, sin que se establezca plazo para ello.



III. – Observaciones particulares

Primera.- Con carácter general ha de destacarse el carácter siempre voluntario que debe tener la incorporación a la Red de Tiendas Rurales.

Segunda.- El artículo 2º del Proyecto de Decreto, define las “tiendas rurales”, si bien lo hace “a los efectos de lo previsto en el presente Decreto”.

Hay que tener en cuenta a este respecto, que el artículo 2º de la Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista, que tiene carácter básico a tenor de lo dispuesto en la Disposición Final Única de esta norma, y el artículo 16 de la Ley 16/2002 del Comercio de Castilla y León, por remisión a la legislación estatal citada, establece el concepto de establecimiento comercial. Al objeto de dejar claro que el Decreto, tan sólo define una tipología conceptual nueva a los únicos efectos de facilitar la interpretación de la norma, debería incluirse en el mismo “sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 2º de la Ley 7/1996”.

Tercera.- En el artículo 3º se recogen los requisitos que deben cumplir los titulares de estos establecimientos para poder acceder a la Red y, si bien, los mismos aparecen con una redacción muy genérica, al estar previsto que en una posterior Orden del Consejero competente en la materia se “determinará la forma de acreditar los requisitos previstos”, es de esperar que en el procedimiento de acreditación se concreten convenientemente los mismos, ya que se trata de requisitos necesarios para acceder a la Red y no de meros criterios a baremar para establecer prioridades.

Cuarta.- En el artículo 5º.1 que recoge los derechos del titular de una tienda rural integrada en la Red, debería incluirse como tal “el derecho a contar con elementos de promoción y comunicación facilitados por la Dirección General competente en materia de Comercio”, ya que en el propio artículo 5º.2.b) se incluye como obligación su utilización.



Quinta.- Hubiera sido conveniente contar con información sobre el examen del Proyecto de Decreto en el seno del Consejo Castellano y Leones de Comercio, más allá de la exigüa que, al respecto, ofrece la Memoria.

IV. – Conclusiones y Recomendaciones

Primera.- El CES valora favorablemente la iniciativa que se plasma en la norma sobre la que se informa, por cuanto la misma trae causa del Plan Estratégico de Comercio de Castilla y León y puede resultar útil para apoyar un sector muy atomizado con necesidades de modernización y cambios en la oferta comercial que, en muchos casos, exceden de las disponibilidades de inversión de sus titulares.

La ubicación de estos establecimientos a los que se refiere el Decreto en el ámbito rural, añade a los beneficios propios derivados del ejercicio de la actividad comercial de abastecimiento y distribución de bienes a la población, otros vinculados a la calidad de vida, al asentamiento de población en este medio, al favorecimiento de los contactos sociales, entre otros.

Segunda.- El Proyecto de Decreto configura una Red de tiendas que, al tiempo que cumplen con su finalidad propia comercial, y sin estorbar la misma, asumen cometidos de apoyo al desarrollo turístico de la zona o medioambientales, esto es, vinculados a otros sectores que presentan capacidad de interacción entre ellos. Así el turismo rural puede llevar clientes a estas tiendas y éstas atraer turistas a la zona.

Tercera.- El artículo 3º exige como requisito en su punto 1, letra d) “contar con un espacio diferenciado destinado al turista” sin que se concrete, al menos, si se trata de una superficie determinada o determinable en función de la superficie total del local, pues considerando que estas tiendas pueden disponer de hasta 300 m², se presentarán situaciones muy diferentes. De tal forma, que no inhabilite o merme sustancialmente su principal actividad que es la comercial.



Aunque es cierto que está prevista una Orden que determinará los requisitos de este artículo, al menos el criterio al que se refiere esta Recomendación debería constar en el Decreto.

Cuarta.- Sobre el requisito exigido en el artículo 3.1.a) del Proyecto que se informa referido a “edificio acorde con la arquitectura popular de la zona” al tratarse de competencia urbanística que afecta al municipio, parece adecuado que se cuente con algún informe municipal o, al menos, que en el trámite de observaciones y alegaciones se hubiera remitido el Proyecto a la Federación Regional de Municipios y Provincias.

En todo caso, este requisito deberá estar condicionado a las características urbanísticas de cada núcleo rural que permitan su cumplimiento, porque de lo contrario, limitaría mucho la posibilidad de incorporación a la Red, pues en muchos casos no será posible.

Quinta.- En relación con el artículo 5º.1.e), referido a los derechos de los titulares de las tiendas rurales de la Red, el CES entiende que la preferencia en las líneas de subvención debería acotarse a aquellas relacionadas con el comercio de proximidad rural y no referirse a todas aquellas “cuyo objeto sea la realización de proyectos, actuaciones o actividades dirigidas a fortalecer y hacer más competitivo el tejido comercial de Castilla y León”, que son prácticamente todas las destinadas al sector comercial, y ello, por razones obvias de vinculación de las subvenciones a su finalidad principal. No sólo a través de las subvenciones es posible apoyar a estas tiendas, sino también con otras iniciativas como dotarlas de un sistema informatizado de compraventa, a través de bonificaciones fiscales en impuestos municipales o autonómicos, etc.

En todo caso, debe aparecer claro en la norma que el fin primordial de la misma es el apoyo al comercio rural, aunque se acompañe de otros fines accesorios.

Sexta.- En relación con el artículo 5º.2.c) referido a las obligaciones de los titulares de las tiendas rurales de la Red, el CES propone que expresamente debe incorporarse al



texto que será la Administración Autonómica, o Local en su caso, la que además de facilitar el material informativo que deberá exponerse en la tienda (art. 5º.2.b) “ repondrá el mismo”, sin que repercuta coste alguno al establecimiento comercial.

Séptima.- En el caso de pérdida de la condición de tienda integrada en la Red, a que se refiere el artículo 6º del Proyecto de Decreto, y cuando el procedimiento lo sea de oficio por el Director General por “incumplimiento de las obligaciones previstas en el Decreto”, la Resolución deberá ser motivada, pues en caso contrario se crearía indefensión al mermarse las posibilidades de impugnación del afectado. Esta claro que no procede tal motivación en el supuesto de “cese de la actividad”, toda vez que en este caso se trata de una causa objetiva.

Valladolid, 19 de abril de 2007

El Presidente

El Secretario General

Fdo.: José Luis Díez Hoces de la Guardia

Fdo.: José Carlos Rodríguez Fernández