

Comercio, que tiene como objetivo final el de la mejora de la eficiencia y competitividad de las pequeñas y medianas empresas comerciales, en aras a lograr un equilibrio armónico de la estructura del sector, con la coexistencia de diversos formatos de empresa y establecimiento, que garanticen la competencia y la libertad de elección de los consumidores, al tiempo que se contribuya a un desarrollo equilibrado y sostenible de la estructura urbana de nuestras ciudades.

Este Plan de Mejora contempla subvenciones a las pequeñas y medianas empresas comerciales, a sus asociaciones y a los ayuntamientos, en el marco de una política orientada a la consolidación del comercio urbano, manteniendo y desarrollando el modelo comercial tradicional español, mediante la mejora de la competitividad de las empresas de distribución y del entorno físico en el que se sienta el comercio de proximidad, de forma que no sólo se evite la destrucción de empleo, sino que se mejore su grado de profesionalidad, permitiendo que los recursos humanos que se vinculan a este sector puedan prestar un mayor valor añadido en cuanto a especialización y calidad del servicio.

Para la elaboración de este Plan se ha tenido en cuenta la experiencia acumulada durante el desarrollo de Plan Marco de Modernización del Comercio Interior, entre los años 1995 y 2004, orientando los nuevos programas hacia aquellas actuaciones que se han mostrado más rentables y más demandadas por las administraciones autonómicas.

El Plan de Mejora ha sido aprobado por la Mesa de Directores Generales de Comercio de comunidades autónomas de 16 de noviembre de 2004, como Comisión de la Conferencia Sectorial de Comercio Interior, y por delegación del Pleno de ésta, y por Acuerdo de Consejo de Ministros de 17 de diciembre de 2004.

Que es voluntad del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y de la Consejería de Economía, Empleo y Turismo, de la Ciudad de Melilla, impulsar y potenciar la colaboración, la corresponsabilidad y la coordinación de los diferentes niveles de las Administraciones Públicas en la realización de actuaciones previstas en el Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio.

En virtud de lo expuesto, en ejecución de la competencia exclusiva del Estado prevista en el

artículo 149.1.13 de la Constitución y de la competencia atribuida a la Ciudad de Melilla en el artículo 22 de su Estatuto de Autonomía, las partes firmantes.

ACUERDAN

Primero.- Las partes firmantes colaborarán para desarrollar el Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio, dentro del ámbito geográfico de la Ciudad de Melilla, como marco en el que se recoge una estrategia común para todo el sector y en el que quedan encuadradas las iniciativas que se incluyen en este Convenio.

Segundo.- En el desarrollo del Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio, la Ciudad de Melilla obtendrá la cofinanciación del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en las subvenciones que otorgue al sector comercial en los siguientes programas:

a) Fomento del Comercio Urbano: Este Programa pretende corregir posibles desequilibrios territoriales en la oferta comercial, mediante una mejora del entorno físico urbano en el que las empresas comerciales puedan instalarse, respetando las condiciones de competencia del mercado y poniendo a disposición de los pequeños empresarios del sector espacios suficientemente atractivos para el desarrollo de su actividad, entendiendo este concepto de "urbano" en contraposición al de "periférico" y no al de "rural", que se considera también prioritario y que es objeto del segundo programa de este Plan.

Dentro de este programa se contemplan las tres líneas preferentes de actuación siguiente:

.Modernización de mercados minoristas municipales.

.Centros Comerciales Abiertos.

.Peatonalización de ejes comerciales.

b) Mejora del Comercio Rural: Pretende asegurar los servicios comerciales generales del municipio y de los núcleos de población próximos, promocionando los establecimientos multiservicios, los productos artesanales, y adecuando las áreas destinadas a la venta ambulante, dotándoles de servicios comunes y potenciando simultáneamente la introducción de canales directos de comercialización.