



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

ANEXO ÚNICO

DICTAMEN 4/1996

DICTAMEN DEL CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE CANARIAS SOBRE EL PLAN INTEGRAL DE COMERCIO DE CANARIAS, 1996 - 1999.

De conformidad con las competencias atribuidas al Consejo por la Ley 1/1992, de 27 de Abril, previa tramitación en la Comisión Permanente de Trabajo Política Fiscal y Comercial y de Relaciones con la Unión Europea, y de conformidad con el procedimiento establecido en el Reglamento de Organización y Funcionamiento, Decreto 312/1993, de 10 de Diciembre, el Pleno del Consejo Económico y Social aprueba por unanimidad, en su sesión del día veintiocho de mayo de mil novecientos noventa y seis, con los requisitos que establece el artículo 10.1.c) de la precitada Ley 1/1992, de 27 de Abril, el siguiente,

D I C T A M E N

ANTECEDENTES

- I. El día 29 de abril de mil novecientos noventa y seis, tiene entrada en el CES comunicación escrita del Excmo. Sr. Presidente del Gobierno, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 5.1. de la Ley 1/1992, de 27 de Abril, de creación del Consejo Económico y Social, con la que solicita dictamen (informe-previo) del Consejo sobre el *Plan Integral de Comercio de Canarias*, en cumplimiento de lo establecido en el artículo 4.2. a), de la Ley citada, Plan tomado en consideración por el Consejo de Gobierno en sesión celebrada el día veintiocho de marzo de mil novecientos noventa y seis.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

Conforme a lo dispuesto en el artículo 5.3. de la Ley 1/1992, de 27 de abril, el dictamen habrá de ser emitido en el plazo de un mes, contado desde la fecha de la solicitud formulada.

II. A tenor de lo dispuesto en el artículo 5.2 de la misma Ley 1/1992, citada, con la solicitud de dictamen se acompaña la siguiente documentación:

- *Certificación del Acuerdo del Consejo de Gobierno* adoptado en sesión del día veintiocho de marzo de mil novecientos noventa y seis.
- *Plan Integral de Comercio de Canarias:*
 - 1. Introducción.**
 - 1.1. Panorama económico mundial.
 - 1.2. El Comercio como sector productivo.
 - 1.3. El Comercio en Canarias.
 - a) Importancia del Comercio dentro de la estructura socio-económica.
 - b) Características estructurales.
 - c) A la manera de diagnóstico.
 - 2. Necesidad de un censo comercial y de empresas distribuidoras.**
 - 3. Necesidades, objetivos y desarrollo del Plan.**
 - 3.1. Objetivos generales.
 - 3.2. Objetivos específicos.
 - 4. Metodología.**
 - 5. Programa de formación.**
 - 6. Programa de Ordenación Territorial.**
 - 7. Programa de Promoción y Difusión de la Innovación.**
 - 8. Programa de Cooperación Empresarial.**
 - 9. Programa de Orientación e Información.**



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

10. Programa de Ordenación y Fomento.

11. Valoración Presupuestaria.

12. Comisión de Seguimiento.

13. Colaboración de otras Instituciones.

- La documentación remitida incluye una *Propuesta de Resolución del Parlamento de Canarias sobre el Plan Integral de Comercio de Canarias 1996-1999*.

La Secretaría General del CES informa favorablemente de la admisión a trámite de la solicitud del dictamen.

- III.** El Presidente del Consejo, tal y como establece el artículo 28.4 del Reglamento de Organización y Funcionamiento del Consejo Económico y Social, acuerda remitir la solicitud del dictamen previo y sus antecedentes a la *Comisión Permanente de Trabajo de Política Fiscal y Comercial y de relaciones con la Unión Europea*, para la preparación del proyecto de dictamen y su posterior valoración y emisión del dictamen, en su caso, por el Pleno del CES.

La Comisión competente aprobó, por unanimidad, el Proyecto de Dictamen en su sesión del veinticuatro de mayo de mil novecientos noventa y seis.

CONTENIDO.

- I.** La necesidad del *Plan Integral de Comercio*, señala el Gobierno, deriva de la fuerte dinámica de cambio experimentada en el sector comercial, no sólo por *la*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

introducción de las innovaciones tecnológicas y el lógico cambio de hábitos de consumidores y usuarios sino, además, por lo que con general consenso suele señalarse como características genéricas que estarían definiendo un nuevo planteamiento general de la economía en todos sus sectores, así, el fenómeno de la internacionalización creciente de la distribución comercial, el mayor grado de integración vertical existente en los países del norte de la U.E. o, indica el Gobierno de Canarias en el Plan Integral, la continuación del llamado efecto “desplazamiento”, por el que las grandes empresas europeas de distribución se expanden hacia el sur.

En relación al tejido empresarial, indica el Gobierno, *el aumento de los procesos de integración y concentración empresarial se convertirá en un factor dinamizador de la distribución comercial frente al cual se reclama la conveniencia de la modernización de establecimientos, nuevos procesos de gestión, etc...*

Objetivos generales.

Destaca el Gobierno de Canarias como *Objetivos generales del Plan Integral de Comercio: mejorar los factores de competitividad de la empresas comerciales, posibilitando el sostenimiento de actividades y del empleo; desarrollar las pautas de ordenación de la Actividad Comercial en Canarias* propiciando, señala, una mayor estabilidad al sector y una evolución que permitan aunar intereses de los grandes, medianos y pequeños comerciantes con los de los consumidores y usuarios. Un último objetivo general perseguido sería *propiciar la recuperación del diferencial fiscal.*

Objetivos específicos.

Los sintetiza el Gobierno en su Proyecto de Plan Integral, en los siguientes:

- ♦ Disminución del coste global de la distribución comercial.
- ♦ Incremento del grado de competencia de precios, servicios y calidad del sector.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- ♦ Asegurar un nivel satisfactorio de oferta minorista en todos los mercados.
- ♦ Reordenación impositiva de los impuestos que gravan directa e indirectamente la actividad comercial.

II. Para la consecución de los objetivos anteriormente señalados, el Gobierno de Canarias estructura seis (6) programas de actuación concretados en un período de cuatro (4) años.

1. Programa de formación.
2. De ordenación territorial.
3. De promoción y difusión de la innovación.
4. De cooperación empresarial.
5. De orientación e información.
6. De ordenación y fomento de las actividades comerciales.

El Programa de Formación del Plan Integral de Comercio.

En opinión del Gobierno de Canarias, *la formación dirigida al trabajador en activo, en paro o al que pueda incorporarse en el futuro al mercado de trabajo ha de constituirse con carácter estratégico para la necesaria adaptación del comercio minorista a los cambios tecnológicos, sociales y culturales.*

Ello obliga a replantearse la formación específica en materia de distribución comercial, mediante la sistematización de la formación impartida por diferentes instituciones públicas y privadas, señala el Gobierno.

Además, indica el *Plan Integral de Comercio*, deben concretarse mecanismos que incentiven *la participación y cooperación en la organización y producción del trabajo*, como proceso clave para la *recalificación continua y colectiva* de



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

asalariados y como *condición imprescindible para la mejora de la productividad global de las empresas y de una mejor optimación de las innovaciones tecnológicas.*

El Gobierno de Canarias, a propósito de este programa de formación, concreta como objetivos:

- ♦ Establecimiento de un Plan de Formación Profesional.
- ♦ Instrumentalizar el sistema de perfeccionamiento de los distintos niveles profesionales, con el fin de adaptarlos a las necesidades actuales.
- ♦ Establecer una formación continua y ocupacional en el ámbito del comercio.
- ♦ Elaborar material didáctico y de la documentación básica correspondiente a cada nivel y tipo de formación.
- ♦ Desarrollar actividades de formación sobre aspectos específicos para la mejora de la gestión empresarial y la introducción de nuevas tecnologías.

Además, especifica las siguientes *líneas de acción:*

- ♦ Cursos de desarrollo en habilidades gerenciales.
- ♦ Crear un listado de materias necesarias para ser impartidas con carácter urgente.
- ♦ Crear un listado de materias específicas de cada sector, y las posibilidades de impartición que representan, así como las necesidades específicas de cada área.
- ♦ Cursos de formación a distancia.

Incluye, específicamente, las siguientes *Medidas Incentivadoras:*

- ♦ Financiación vía subvención del 70% del coste de los cursos.
- ♦ El programa se desarrollará bajo la tutela de la Dirección General de Comercio por las organizaciones empresariales, sindicatos y cámaras de comercio.

Y, por último, siempre a propósito del *Programa de Formación*, señala, *diversos tipos de cursos:*

- ♦ Cursos a empresarios o gerentes.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- ♦ Cursos a mandos intermedios.
- ♦ Cursos de línea base.

El Programa de Ordenación Territorial.

El Plan Integral de Comercio de Canarias señala el inconveniente que para un sector tan dinámico como el del comercio implica los *lentos procesos de formación de los instrumentos de planificación urbana*, y la consiguiente dotación de infraestructuras, lo que determina, junto a la radicación de las competencias urbanísticas en el ámbito de la autonomía municipal, el que se produzcan distorsiones y rigideces en el funcionamiento del sector, que pueden acabar desestabilizándolo, se señala, al no darse respuestas adecuadas, o aparecer tardíamente, a las nuevas situaciones impuestas por las nuevas formas comerciales, el cambio de hábitos de consumidores y usuarios, y la introducción de nuevas tecnologías.

Estos efectos desestabilizadores se reflejan con la aparición de nuevos problemas en las ciudades, como la *desertización de las zonas centrales*, con un comercio tradicional que ha venido perdiendo clientela del entorno inmediato y sufriendo, además, la consecuencia de la degradación ambiental y social de estos barrios, muchas veces depositarios, *señala el Plan Integral de Comercio*, de entornos con valores histórico-artísticos, dignos de protección. Si a todo ello se añade *las condiciones en que se encuentran muchos espacios comerciales de titularidad pública*, los mercados minoristas municipales, tanto en cuanto a su situación física como en lo que se refiere a la gestión, la conveniencia, como indica el Plan Integral de Comercio, de actuar sobre el medio urbano se justifica sobradamente.

El Gobierno de Canarias *justifica el Programa de Ordenación Territorial* por la oportunidad de actuar, en relación a las circunstancias descritas anteriormente, no sólo a través de los mecanismos del planeamiento municipal, sino también *con el*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

apoyo de realizaciones concretas, tales como la reconversión de determinadas zonas en formas comerciales adaptadas a la evolución del comportamiento de los consumidores, la mejora de equipamientos comerciales de titularidad pública existentes, la dotación en las áreas deficitarias de los equipamientos necesarios y la ayuda mediante una coordinada política urbanística flexible a la reconversión tanto física como funcional de los establecimientos.

Concluye el Gobierno de Canarias, al justificar el programa cuyo contenido se describe, en señalar la *conveniencia de la colaboración de los ayuntamientos en la ejecución del programa, en especial en la adecuación de las normas vigentes, de tal forma que se favorezca el desarrollo del comercio y se evite que los modelos de ciudad y de territorio que se establezcan puedan ir a remolque de la implantación de grandes superficies.*

Para el programa descrito, el Gobierno de Canarias, incluye los *siguientes objetivos:*

- ♦ Fomentar una distribución, ordenación y actualización de la oferta comercial que procure un nivel de servicios mínimos a todas las ciudades. Mejora de cascos históricos y zonas comerciales.
- ♦ Evitar la generación de exceso de capacidad de oferta comercial y procurar la adecuación de la implantación de los establecimientos comerciales.
- ♦ Guías de circuito comercial tradicional.

Que concreta en las siguientes *líneas de acción:*

- ♦ III Plan Regional de Mercados.
- ♦ Zonas Comerciales Abiertas.

Además, especifica las *siguientes inversiones:*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- ♦ Construcción, ampliación y modernización de la infraestructura física de los mercados minoristas para la construcción de centros comerciales de barrios y otras instalaciones de carácter colectivo.
- ♦ Dotación de equipos e instalaciones y remodelación de superficies comerciales para procurar una dimensión adecuada, así como construcción o remodelación de las instalaciones complementarias.
- ♦ Desarrollo de estrategias de información y promoción que signifiquen de manera muy especial la zona comercial y facilite la identificación, el acceso y cómodo traslado de los productos adquiridos.

Y, por ultimo, adelanta como vías específicas de *promoción de carácter incentivador*:

- ♦ Subvención hasta el 70% de la inversión y de los estudios necesarios.
- ♦ Asesoramiento para la puesta en marcha de los establecimientos comerciales abiertos.

Promoción y Difusión de la Innovación.

Señala el Gobierno de Canarias en el *Plan Integral de Comercio*, como una de las características de los mercados de distribución, que *la falta de tecnología comercial* se constituye como uno de los condicionantes de las pequeñas empresas para competir eficientemente frente a las grandes empresas de la distribución: una de las principales “barreras de entrada” en el “mercado evolucionado” de la distribución comercial es la dificultad de acceso a las nuevas tecnologías comerciales.

Garantizar un desarrollo equilibrado y armonioso del sistema comercial canario precisa, según el Plan que describimos, *que las pequeñas y medianas empresas puedan acceder a los procesos de innovación tecnológica* en el campo de la información y las telecomunicaciones: se trataría de establecer iniciativas del



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

sector público que fomenten la inversión en el desarrollo de la gestión de PYMES comerciales, dirigidas a superar los obstáculos que dificulten la innovación, así como el apoyo del sector público a las iniciativas empresariales con el mismo fin.

El *Plan Integral de Comercio* justifica el presente programa por la conveniencia de adoptar *estrategias de calidad total, promoción de las innovaciones tecnológicas, mejora en la gestión, organización y utilización de comunicaciones y sistemas de información modernos.*

El Programa de Promoción y Difusión de la Innovación, sintetiza los siguientes objetivos:

- ♦ Promover la adopción de las innovaciones tanto tecnológicas como de gestión comercial que se produzcan en el sector. Impulsar desde las organizaciones empresariales la modernización de las estructuras comerciales de sus asociados.
- ♦ Creación de una campaña de Publicidad y promoción del comercio minorista y de distribución. Creando un sentimiento de unidad comercial y calidad en los negocios tradicionales e intentando hacer una promoción que trate de recuperar el llamado turismo comercial.
- ♦ Creación y desarrollo de una estructura logística que posibilite al pequeño comercio el tener acceso a estructuras compartidas como depósitos comerciales, potenciación de la red de cooperativas agrícolas y ganaderas, así como servicios comunes y comunicación con proveedores.

Que concreta en las siguientes líneas de acción:

- ♦ Organización de campañas, jornadas y mesas redondas.
- ♦ Facilitar la asistencia del sector a Ferias y Congresos.
- ♦ Adopción de innovaciones tecnológicas: mejora del sistema logístico y mejora de la gestión informática.

Estableciéndose como incentivos:



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- ♦ Recibir ayudas y asesoramiento en todo lo desarrollado con la distribución comercial en materia de promoción e innovación.

Programa de Cooperación Empresarial.

Señala el *Plan Integral de Comercio* que el crecimiento y ampliación de los mercados de demanda final y los procesos de reestructuración y concentración empresarial llevados a cabo en el sector, han hecho *que se ahonde la diferencia entre el pequeño grupo de grandes empresas y la inmensa mayoría de pequeños establecimientos de autopatrones independientes, dando lugar a la desarticulación de los mercados de distribución y a un menor grado de concurrencia en ellos.* De otra parte, *las diferencias existentes entre los distintos subsistemas de distribución comercial -según las ramas de comercio minorista- tanto en lo que se refiere a sus características estructurales, como a su funcionamiento o al comportamiento de los agentes que intervienen en ellos, como en cuanto a la diferente intensidad y modalidades con que se muestran los factores que configura su evolución, se convierten en otro factor de desarticulación de los mercados minoristas.*

Además, se indica, todo ello hace que el aumento de la dimensión económica de las pequeñas empresas, junto con la mejora de la configuración de los canales comerciales correspondientes a cada rama de comercio, se convierte en una condición necesaria par alcanzar los objetivos de mejora de la competencia en los mercados de la distribución, así como los más genéricos de mejora de las condiciones de prestación de los servicios comerciales a los productores y a los consumidores.

Con el *Programa de Cooperación Empresarial*, se trataría de *mejorar los sistemas de producción y organización de las PYMES comerciales, con la adopción de una estrategia de calidad total, promoción de las innovaciones tecnológicas, mejora en*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

la gestión y organización y utilización de comunicaciones y sistemas de información modernas.

El programa que indicamos, lo justifica el Plan, habida cuenta del *bajo grado de asociacionismo existente en la distribución comercial española*, al menos a escala nacional (en 1988, el 87,7% de las empresas de distribución comercial eran independientes, según datos de Comercio Interior), valoración que puede darse, muy posiblemente, a escala de Canarias: *el programa pretendería la incentivación del asociacionismo empresarial con vínculos fuertes entre los participantes.*

Objetivos que se incluyen en el Programa de Cooperación Empresarial:

- ♦ Desarrollar nueva oferta comercial.
- ♦ Mejora en la concurrencia de los mercados.
- ♦ Mejorar la competitividad del comercio tradicional mediante el fomento de asociaciones de comerciantes, lo que redundaría a bajar los costes de compra, transporte, almacén, distribución, publicidad, etc.
- ♦ Desarrollo de nuevos formatos comerciales minoristas bajo enseña común.
- ♦ Establecimiento de redes informáticas de los asociados con sus centrales de compra y de estos entre sí.
- ♦ Creación o reforma de almacenes comunes, incluyendo el activo fijo necesario.
- ♦ Fomento y potenciación de asociacionismo comercial (sectorial, zonal y centrales de compra) y de integración en federaciones de ámbito superior (asociacionismo en pirámide)
- ♦ Impulsar desde las organizaciones la modernización de las estructuras comerciales entre sus asociados.

Señalándose las siguientes líneas de acción:

- ♦ Incentivación del asociacionismo empresarial.
- ♦ Implantación de redes informáticas.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- ♦ Mejora de las estructuras de los canales de distribución.
- ♦ Fomento de centrales de compra.

Específicamente, el Programa indica la conveniencia de promover una política de incentivos en torno a:

- ♦ Subvención hasta el 75% de los estudios necesarios para la elaboración de los planos de reformas.
- ♦ Financiación vía subvención del 50% en la compra de equipos y programas informáticos.
- ♦ Financiación vía subvención a la reforma de establecimientos minoristas bajo enseña común y reforma o creación de almacenes comunes.

Por último, el programa que comentamos establece la conveniencia de promover inversiones sobre:

- ♦ Estudios de viabilidad.
- ♦ Establecimiento y reforma de los almacenes comunes de las empresas asociadas. Realización de obras e inversión en equipo comercial de los establecimientos minoristas y su transformación en los nuevo formatos comerciales.
- ♦ Adquisición de equipos y programas informáticos.

Programa de Orientación e Información.

Según el Proyecto de *Plan Integral de Comercio* con este programa se pretende paliar, a través de determinadas actuaciones, *la falta de información y de orientación y asesoramiento* de las PYMES comerciales.

Estudios como la estructura del sector minorista, el impacto en el pequeño comercio de la apertura de grandes superficies, la influencia de la regulación de horarios comerciales en aspectos tales como niveles de empleo, apertura o cierre,



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

márketing, etc., junto con la evolución de los hábitos de comportamiento de compra, son algunos de los estudios de los que el comerciante debe de estar informado para determinar su estrategia.

El *Programa de Orientación e Información*, incluye los siguientes objetivos:

- ♦ Ofrecer toda la información disponible y actualizada sobre el sector tanto de carácter estructural como coyuntural.
- ♦ Realizar investigaciones con un enfoque prospectivo que informe hacia donde va el sector.
- ♦ Orientar al ciudadano en base a los resultados de las investigaciones realizadas que sean de interés colectivo.
- ♦ Informar de todas las ayudas destinadas al sector provenientes de los diferentes organismos públicos tanto autonómicos, nacionales, como europeos.
- ♦ Creación de una oficina de apoyo al comercio.
- ♦ Disminución de la burocracia (ventanilla única).

Establece las siguientes líneas de acción:

- ♦ Creación de un servicio unificado de apoyo al comercio, que simplifique todos los trámites y procesos de comunicación con los empresarios receptores de los servicios administrativos y técnicos de las distintas instituciones vinculadas al sector, centralice toda la información sobre ayudas y servicios disponibles públicos y privados para la mejora del comercio y mejore las bases estadísticas y registros comerciales.

Además incluye como Inversiones:

- ♦ Creación de una base de datos con la documentación y soporte informático necesario.
- ♦ Creación de un observatorio de la distribución comercial.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- ♦ Realización de estudios de mercado, evolución del comercio, I+D, etc.
- ♦ Creación de un pequeño centro de orientación al comercio.
- ♦ Establecer mecanismos simplificadores de las tramitaciones, reduciendo de una manera efectiva los tiempos y costes a la hora de iniciar una actividad comercial.

Y, por último, señala la conveniencia de disponer de *estadísticas básicas para poder realizar acciones de política comercial*.

Programa de Ordenación y Fomento Comercial.

En relación a los costes financieros y la productividad de las empresas, el *Plan Integral de Comercio* dice de aquellos que se constituyen como una referencia para la inversión y su correlato financiero: si bien es cierto que las empresas no deciden nuevas inversiones solo por disponer de facilidades en el terreno financiero, también lo es que los problemas de financiación suponen una rémora que desanima o, sencillamente, impide la realización de nuevas inversiones.

El *Plan Integral de Comercio*, sintetiza las dificultades del sector comercial para obtener recursos financieros en las siguientes:

- a) dificultad para acceder a la financiación a largo plazo.
- b) la incapacidad para contar con suficientes garantías a la hora de solicitar un crédito y el alto coste de los mismos.
- c) la falta de historial financiero y el elevado riesgo que caracteriza a la creación de empresas.
- d) la dificultad de encontrar inversiones privadas interesadas en proporcionar inversión a este tipo de empresas.
- e) la falta de formación en técnicas de gestión financiera que les facilite el acceso a nuevas modalidades financieras.

El programa lo justifica el *Plan Integral de Comercio*, por la conveniencia de *impulsar la modernización y puesta al día de los comerciantes minoristas*.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

Facilitar el acceso de las empresas comerciales a la financiación bancaria mediante la reducción de costes financieros y los medios que contribuyan a paliar el problema de prestación de garantías a las entidades financieras.

De otro lado, el programa también se justifica por la conveniencia, indica el Plan, de proceder a la ordenación del sector dada la desestabilización producida en los últimos años por los cambios producidos.

Los objetivos que el *Plan Integral de Comercio* incluye para este programa son:

- ♦ Modernización del comercio minorista y empresas de distribución comercial para que pueda competir con garantía frente a los nuevos formatos comerciales.
- ♦ Mejorar la productividad del sector para hacerlo competitivo en precio, calidad y servicio.
- ♦ Apoyo a la creación de nuevas empresas y en particular, a la entrada en el mercado de jóvenes empresarios.
- ♦ Desarrollo armónico y estabilizado del sector por lo que supone para nuestra estructura socioeconómica.

Se describen las siguientes *líneas de acción*:

- ♦ Impulso a la actividad comercial.
- ♦ Apoyo financiero a PYMES comerciales y de distribución.
- ♦ *Desarrollo reglamentario de la Ley de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias, así como Revisión de los Criterios Generales de Equipamiento.*

III. El *Plan Integral de Comercio de Canarias*, incluye, en la presentación que remite a Dictamen del CES el Gobierno de Canarias, una previsión de asignación de recursos, valoración presupuestaria, por un total de siete mil quinientos (7.500) millones de pesetas para el período de cuatro años, 1996-1999, así, establece la siguiente cuantificación por años y programas:



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

PROGRAMAS	1996	1997	1998	1999	Total
<i>Formación</i>	100	248	243	239	830
<i>Ordenación Territorial</i>	400	425	415	410	1.650
<i>Promoción y Difusión de la Innovación</i>	100	110	100	95	405
<i>Cooperación Empresarial</i>	205	200	190	184	779
<i>Orientación e Información</i>	101	101	94	90	386
<i>Ordenación y Fomento</i>	850	870	865	865	3.450
TOTAL PROGRAMAS	1.756	1.954	1.907	1.883	7.500

IV. Finalmente, para la actualización y mayor eficacia de la planificación, el Gobierno de Canarias debe estructurar, según señala el *Plan Integral de Comercio*, el seguimiento continuado del cumplimiento de los objetivos del mismo, detectando las previsibles desviaciones del Plan.

Consecuentemente, propone la creación de una *Comisión de Seguimiento del Plan Integral 1996-2000*, en la que estén presentes la Administración y los sectores económicos y sociales implicados.

VALORACIÓN

OBSERVACIONES DE CARÁCTER PREVIO

I. El CES en su *dictamen 2/1993 sobre el anteproyecto de la Ley de Ordenación de la Actividad Comercial en Canarias* consideró de gran interés abordar la *realización de estudios dirigidos al análisis de la realidad comercial en Canarias* como aspecto esencial que guiese la elaboración del Plan General de Equipamientos Comerciales de Canarias.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

Así mismo, *recomendó un tratamiento específico dedicado a las ferias, exposiciones y certámenes comerciales, como instrumento de fomento y promoción de la actividad comercial.*

- II.** EL CES, ya desde su *Informe Anual sobre la situación económica social y laboral de Canarias 1.992*, estimó preciso el fomento *de las políticas tendentes a mejorar la calidad, la imagen y las estructuras comerciales de Canarias*, reforzando su papel de intermediación eficiente en las rutas internacionales. El importante cambio detectado desde finales de la década de los ochenta en el sector de la distribución interna, la modificación de los hábitos de consumo y de actitud de compra de los ciudadanos y la modificación, ya tendencialmente iniciada, de los polos de atracción comercial de las ciudades, aconsejó, también, la recomendación desde el CES de abordar la elaboración de una Ley que regulara la actividad comercial y cuyo proyecto fue dictaminado por el Consejo en 1993.

El Consejo con sus *Informes Anuales de 1.993 y 1.994* (recomendaciones 15; 12, 13 y 14 , respectivamente), insistió sobre la importancia que adquirió en Canarias el debate suscitado en torno a los *nuevos fenómenos del desarrollo comercial*, en especial lo concerniente al asentamiento de los *grandes equipamientos comerciales*, e insistió sobre la conveniencia de proceder a la inaplazable elaboración de un *auténtico Plan General de Equipamientos Comerciales* concebido, *no sólo como plan regulador* que fijara los criterios y condiciones en que puedan aparecer los nuevos desarrollos comerciales, sino *también, como un concreto plan de actuaciones de los poderes públicos* que permitiera la potencialidad del comercio y la distribución como sectores de desarrollo económico y reequilibrio y ordenación territorial de Canarias. *Un Plan de Equipamientos Comerciales* que, señaló entonces el CES, respetando el marco competencial de municipio y cabildos, *no debería perder de vista que los*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

modernos desarrollos comerciales justifican un papel activo para las instancias regionales, al trascender el fenómeno comercial los estrechos límites municipales.

Con el *Informe Anual*, 1.994 (recomendaciones 12, 13 y 44) , el CES insistió sobre la conveniencia de reorientar las *formas tradicionales de venta* de manera que permitiera al subsector comercial ganar competitividad en calidad, especialización profesional, técnicas de gestión y prestación de servicios, y donde el asociacionismo, cuyo nivel y enorme atomización ya detectó el Consejo, pudiera significar un plus de mejora de la actividad en la medida en que pudiera introducir herramientas de abaratamiento de costes de equipamiento tecnológico, acceso a proveedores, mayoristas, etc..

En este mismo documento, *el CES recomendó a las Administraciones, la realización de campañas de sensibilización y difusión de los derechos del consumidor, facilitando los niveles asociativos, dotando de mayores recursos personales y materiales a los organismos y organizaciones de defensa de los consumidores y la canalización de reclamaciones que venzan las resistencias señaladas.*

Por último, *el CES volvió, en 1.994, con su Informe Anual, a señalar la conveniencia de que el debate abierto sobre la instalación de las grandes superficies debería abordarse con voluntad de equilibrar la total eliminación de trabas y el proteccionismo a ultranza, que perpetua debilidades tradicionales del tejido comercial, introduciendo la conveniencia de que, junto a criterios económicos, no se desatendieran otros de naturaleza urbanística, de bienestar social, de calidad de vida o medioambiente.* Además, la estructura de aprovisionamiento mereció la atención del Consejo en relación a la evolución de los precios de los alimentos.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

Tras este análisis histórico de las distintas manifestaciones del CES sobre la necesidad de acometer medidas en apoyo al sector comercial y evaluado el Plan Integral de Comercio, el CES estima oportuno hacer las siguientes:

OBSERVACIONES DE CARÁCTER PARTICULAR

- I. El diagnóstico que se hace de la situación actual del sector es deficiente. La recepción de datos actualizados de partida se hace de manera insuficiente, o se desconocen absolutamente, así:
- a) No contiene planteamientos diferenciados según actividad comercial (repuestos de vehículos, alimentación, textil, bazar, electrodomésticos, mobiliario, papelería y librerías etc. El plan no debería partir de la hipótesis de que la problemática es la misma en todos los casos. El diagnóstico de problemas debería reordenar y sistematizar por tipos de actividad comercial y ponderar la importancia de cada una dentro del conjunto del sector.
 - b) No existe un planteamiento dinámico sobre el ciclo de vida de las formas comerciales, las tendencias del comercio al por menor y la distribución a nivel europeo y su efecto en Canarias. Factores como la creciente incorporación de la mujer al mercado del trabajo, la mayor movilidad de la población el acceso masivo de información a través de todos los medios, etc. sin duda favorecen cambios irreversibles que no se pueden alterar.

El CES quiere advertir sobre el *especial inconveniente que significa la no actualización de las tablas input-output de la economía canaria a la hora de definir políticas y programas como el ahora analizado*, en especial por lo que significa de ausencia de un *instrumento relevante para determinar las interrelaciones entre sectores y subsectores económicos*, en concreto, en relación al Plan Integral de Comercio de Canarias, *el inconveniente advertido impide*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

establecer las relaciones y la importancia del comercio orientado hacia el subsector turístico.

Los requerimientos del sector no se deducen de la problemática diagnosticada y tienden a la intervención pública, regulación, ordenación, prohibición, sin mencionar las condiciones bajo las cuales la ayuda pública puede superar la resistencia al cambio de un tejido empresarial marcado por su fragmentación, reducida formación y el envejecimiento demográfico.

Obtener información sobre tamaño de empresas, formas jurídicas, edad del empresario, estructura financiera, etc. puede ser vital para aproximar los posibles resultados de muchos de los programas planteados . Por ejemplo, en empresas familiares donde la edad del propietario supere los 50 años, difícilmente puede producirse innovación. En comercios con uno o dos trabajadores las tareas de formación serán complicadas, etc.

- II.** No se aprecia relación directa entre el objetivo *recuperación del diferencial fiscal* y los programas propuestos. ¿Qué programas de los propuestos está dirigido al objetivo *reordenación impositiva de los impuestos que gravan directa e indirectamente la actividad comercial?*.

- III.** En opinión del CES, *deben mejorarse los niveles de concreción del Plan, tanto en la cuantificación y especificación de los objetivos y programas como en las propias medidas o líneas de actuación.* Este aspecto es tanto más importante en cuanto el volumen de gastos es de 7.500 millones de pesetas. La falta de concreción hace que se esté más en presencia de lo que sería un Plan Marco del Comercio Minorista que en un verdadero Plan Integral de Comercio, así:



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- ♦ ¿Como se piensan superar las “resistencias al cambio” del empresario?, ¿cuáles son los contenidos concretos de la formación?. Se proponen actuaciones que son competencias municipales.
- ♦ Se habla al mismo tiempo de apoyo y reconversión de los mercados tradicionales y se propone un III Plan de Mercados. *Debería, al menos, evaluarse el II Plan de Mercados antes de emprender uno nuevo.*
- ♦ No se aportan experiencias concretas ni se proponen experiencias pilotos antes de abordar actuaciones más ambiciosas.

IV. No se entra o profundiza en medidas de tipo cualitativo pero que afectan a las zonas comerciales como son la seguridad de las vías públicas, la venta ambulante, trámites burocráticos de importación, incluso desde la Península, horario de aduanas y hacienda, falta de agilidad y operadores logísticos de distribución, etc.

V. Finalmente, la dispersión de programas y actuaciones puede restar eficacia al Plan propuesto. La experiencia de las actuaciones públicas demuestra continuamente que no basta con la voluntad política y disponer de los recursos financieros suficientes, estas *son condiciones necesarias pero no suficientes*. La capacidad de gestión, la agilidad administrativa, la disponibilidad de directores de proyectos, etc. son tan necesarios para el éxito de programas, planes y políticas públicas como las dos primeras.

CONCLUSIONES

Tras analizar con detenimiento el Plan Integral de Comercio elaborado por la Consejería de Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, el Consejo Económico y Social ha llegado a las siguientes conclusiones:



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- 1ª. El Consejo Económico Social coincide con el Gobierno de Canarias en que el Plan sometido a dictamen no puede serlo para el *desarrollo del Comercio* , en el *sentido incrementalista, en términos cuantitativos, de la expresión, y si un Plan cuyo enfoque, esencialmente esté dirigido* a propiciar la adaptación del subsector a los nuevos retos, atribuyendo al sector público un papel corrector de las distorsiones y de promoción y fomento de la actividad en sus aspectos de competitividad, calidad e innovación y sostenimiento y mejora de la calidad y volumen del empleo, propiciando, por último, la coexistencia y el equilibrio ente las distintas modalidades de la actividad.
- 2ª. El Consejo Económico y Social quiere destacar el carácter de *interior* del mismo, esto es, *se trata de un Plan que pretende diseñar una serie de actuaciones dirigidas, en última instancia, a favorecer la actividad comercial dentro de un espacio económico homogéneo y regulado por unas mismas leyes*, como lo es el Archipiélago Canario, dejando al margen las relaciones comerciales con el exterior.
- 3ª. El Consejo Económico y Social ve este Plan como el *instrumento idóneo* con el que *dar respuesta a la urgente necesidad de reconversión y modernización que en estos momentos demanda el sector*, dada la aparición y desarrollo de nuevas formas comerciales, lo que hace que cada vez existe una *mayor especialización*, así como los cambios en los hábitos de compra de los consumidores. Además, el Consejo estima que se trata de una *pieza clave de actuación dentro de la planificación global de la economía canaria, por tratarse del subsector con mayor peso dentro del sector servicios, sin olvidar la población ocupada que este sustenta*.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- 4ª. El CES detecta que el gran problema al que se han enfrentado los redactores del Plan es *la falta de información, elemento clave a la hora de abordar una buena planificación y uno de los problemas a solventar en el transcurso del mismo, incorporando nuevos conocimientos sobre el sector que permitan ir ajustándolo lo mejor posible*. Es por ello que una de las necesidades más urgentes detectadas incluso por el propio Plan, al reconocer la inexistencia o antigüedad de la información existente, sea la de *elaborar un buen diagnóstico del sector de la distribución y el comercio en Canarias*, el cual vaya más allá de reconocer los ya tan conocidos problemas estructurales que condicionan el sector: pequeñez y fragmentación del mercado, lejanía de los puntos de aprovisionamiento, etc., permitiendo detectar otra serie de condicionantes, tanto positivos como negativos, con los que poder adoptar decisiones y ejecutar, de una manera más eficiente, dicho Plan.
- 5ª. Reconocida la falta de información, *el Plan asume como punto de partida la elaboración de un censo de la oferta comercial y de empresas distribuidoras del que obtener estimaciones fiables sobre el gasto total de los consumidores, flujo de gasto por zonas, niveles de saturación comercial, niveles de formación, etc.* En este sentido, *el Consejo estima que debería ser la comisión de seguimiento la que definiera la información que sería interesante recopilar*, al objeto de no infrutilizar tan arduo y valioso trabajo de campo.
- 6ª. A expensas de ir obteniendo una mayor y mejor información sobre el sector, en opinión del CES, la propia realidad en la que se ve envuelto el mismo ha hecho surgir *toda una serie de problemas necesitados de soluciones que el Plan asume y entre los que se podrían destacar, la excesiva burocracia, la atomización de los establecimientos, deficiencia en la formación, tanto del empresariado como de los empleados, costes logísticos excesivos, escaso nivel de asociacionismo, desertización de las ciudades debido a la pérdida de actividad comercial en las*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

mismas... En definitiva, toda una problemática de la que se hace eco no sólo el Plan, sino la Ley 4/1994 de 25 de abril de Ordenación de la Actividad Comercial de Canarias en su preámbulo y, más concretamente, en su capítulo II, art. 45., reconociendo ambas actuaciones como **objetivo general** el *reformular y modernizar las estructuras comerciales con la finalidad de orientar y encauzar el proceso de transformación del sistema comercial hacia la mejora de la competitividad y eficiencia del sector, consiguiendo, a su vez, una mejora en el grado de profesionalidad y de no destrucción de empleo.*

Bajo este marco general que envuelve la redacción de este primer documento de trabajo, el resto de los objetivos quizás pueden parecer **excesivamente generalistas**, cualidad, en ningún caso negativa, sino más bien lógica, dada la escasez de información, y totalmente solventable a medida que se vayan recopilando más datos.

- 7ª.** *Según el Consejo Económico y Social y a la vista de los problemas planteados y de los objetivos a alcanzar y, teniendo siempre presente que para conseguir los resultados idóneos es fundamental contar con los agentes implicados en la planificación, las primeras actuaciones han de ir encaminadas hacia la solución de aquellos objetivos dirigidos a solventar la falta de formación tanto del empresariado como de los empleados y empleadas, ya que si no se cuenta con una base sólida, en cuanto a recursos humanos se refiere, será imposible introducir cambios de mentalidad y de actuación que permitan asumir los grandes cambios que se están generando en el sector y, por tanto, lograr una eficiencia de las políticas inicialmente planteadas.*
- 8ª.** *Para el Consejo Económico y Social de Canarias, otro de los objetivos prioritarios es proporcionar al empresariado actual y al futuro, la **información y orientación** necesarias que le permita tomar las decisiones correctas, tanto en la*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

reestructuración como en la apertura, reduciendo el riesgo y aumentando las posibilidades de éxito no sólo para el propio comerciante, sino para el sector en general. Así mismo, no hay que olvidar que una buena información para el empresariado, requiere de una buena información por parte del Gobierno.

- 9ª. Teniendo presentes las conclusiones 7ª y 8ª, el Consejo estima que, *de los seis programas de actuación propuestos por el Plan, deben ser **prioritarios** el de **Formación**, como uno de los ejes fundamentales para mejorar la competitividad del sector destacando como actuaciones más importantes la creación de un listado de materias necesarias para ser impartidas con carácter urgente dentro de un programa de formación perfectamente coordinado, según los distintos niveles profesionales, en el tiempo en función de la evolución de las demandas formativas del sector, y el de **Orientación e Información**, a través del cual obtener una información complementaria a la recopilada por medio del propuesto censo comercial.*

Se debe valorar a los consumidores y sus organizaciones como uno de los principales agentes dinamizadores del sector comercial, por lo que debe tenerse en cuenta, dentro del programa de formación, todo lo relacionado con el conocimiento y aplicación de los derechos de los mismos por los comerciantes. Asimismo, la formación de los propios consumidores deberá tenerse en cuenta y apoyarse en otras actuaciones que, aunque fuera del Plan ahora analizado, coadyuven al logro de los objetivos del mismo.

- 10ª. Para el Consejo, *el programa de **Fomento Comercial** deberá reforzar los dos programas anteriormente citados, ayudando, mediante la reducción de costes financieros, a paliar las dificultades con las que se encuentran las empresas de acceder a una financiación bancaria.*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- 11ª.** Una buena estrategia inicial en apoyo a los tres programas citados supone, para el Consejo, la base formativa, informativa y financiera necesaria para el buen funcionamiento de otros programas como el de Promoción y Difusión de la Innovación, orientado a aumentar la calidad del comercio canario.
- 12ª.** En relación al programa de Cooperación Empresarial, *el Consejo lo ve como una actuación paralela a las anteriores y totalmente justificada por las mismas*, esto es, una buena formación e información sobre las tendencias en el sector favorecerán un *cambio en la actitud del empresariado canario* pasando del individualismo y la desconfianza que lo caracterizan a una actitud de **colaboración** que le permita afrontar los importantes cambios que están sufriendo en el sector.
- 13ª.** Por último, *el Consejo Económico y Social quisiera destacar la necesaria complementariedad que debe de existir entre el programa de Ordenación Territorial y los instrumentos legislativos de regulación y control de la actividad comercial con los que cuenta actualmente el Gobierno de Canarias -Ley de Ordenación de la Actividad Comercial y Criterios Generales de Equipamiento Comercial-*, siendo el papel del Plan el de proporcionar la información necesaria para desarrollar eficientemente dicha legislación, sobre todo en materia de determinar los niveles de saturación comercial y la distribución comercial más eficiente en el territorio regional, además de servir como instrumento de apoyo inversor, construcción, ampliación y modernización de la infraestructura física, dotación de equipos e instalaciones, remodelación de superficies comerciales..., generando *economías externas positivas* que favorezcan el desarrollo armónico del sector.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

RECOMENDACIONES

Teniendo presentes las conclusiones anteriormente expuestas, el Consejo Económico y Social de Canarias, y siempre bajo una lectura positiva, cree oportuno hacer las siguientes:

- 1ª. *Destacar el carácter de **integralidad** del Plan, entendiéndola no sólo como la armonización de intereses entre los pequeños y medianos comerciantes y los consumidores, sino entendiendo el Plan como un instrumento de Planificación Global donde se han de tener en cuenta todos los agentes, tanto públicos como privados, afectados tanto “para” como “por” el desarrollo del Plan.*

En definitiva, el Consejo estima necesario que se consideren todas las partes, ya que no se puede gestionar lo que no se sabe como funciona y no se puede conocer como funciona si se utiliza una visión sesgada y atomística de la realidad, en la que no se consideren ningún tipo de interacciones e interdependencias. Así, sería recomendable:

- a) *A la hora de abordar estudios reveladores de información con la que tomar decisiones y planificar determinadas actuaciones, sería interesante *conocer o ver la complementaridad de acciones de una serie de instituciones, entre las que se podrían destacar: Consejería de Política Territorial, Consejería de Turismo, Instituto Canario de Formación y Empleo, Consejería de Transportes, Patrimonio Histórico, Cabildos (Planes insulares de ordenación), Ayuntamientos..... Dicha visión global de la realidad supondría el planteamiento de objetivos coherentes y realizables ya que, por mucho que queramos alcanzar un determinado objetivo, sino contamos con el acuerdo de todas las partes implicadas, tanto el esfuerzo como el resultado sería nulo.**



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

En este sentido, *el Consejo recomienda a los ejecutores del Plan que vean al resto de administraciones locales, regionales, nacionales o comunitarias no sólo como posibles fuentes de financiación, sino como colaboradoras a la hora de planificar y materializar las acciones, aunando esfuerzos que permitan generar efectos multiplicadores y que a su vez que sirvan como demostración para futuras actuaciones. Con esta postura se generaría una mayor coordinación de la financiación existente así como de la planificación del gasto en el tiempo.*

b) *Considerar las partes directamente vinculadas en la actividad comercial, es decir, al comerciante y el consumidor, así como a todos los agentes implicados en la cadena de distribución. En este sentido, no considerar y estudiar todas las partes supondría un déficit de análisis y, por lo tanto, de la eficiencia de las políticas a aplicar.*

2ª. La consecución de la recomendación anteriormente planteada implica *cooperación y la necesidad de diálogo y colaboración* a la hora de tomar decisiones, siendo interesante incorporar, cada vez que sea necesario, a los distintos agentes implicados en la Comisión de Seguimiento del Plan.

3ª. Como ya se observó en las conclusiones, *el hilo conductor que marca en todo momento el Plan es la falta de información. Es por ello, que el Consejo quiere resaltar la visión dinámica con la que se debe de afrontar el Plan, no viéndolo como algo estático en sus propuestas y en el tiempo, a pesar de su temporalidad de cuatro años, sino viéndolo como un primer documento de trabajo y entendiéndolo siempre como un proceso permanente durante el cual se adoptan un conjunto de decisiones que afectarán al sector tanto en el presente como en el futuro, permitiendo alcanzar, de la mejor forma posible, los objetivos inicialmente planteados con la utilización de los medios y curso de acción disponibles. Nunca hay que olvidar la máxima “piensa en el futuro, actúa en el presente, pero sin olvidar el pasado”.*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

- 4ª. Conectado con la anterior argumentación y dada la urgencia de actuaciones en favor del comercio, *el Consejo recomienda que, con la mayor brevedad posible se acometan los estudios relativos del sector, encabezados de un lado por la elaboración del Censo de la Oferta Comercial, y de otro por un estudio sobre las actuales demandas de los consumidores canarios.*

- 5ª. *La realización de los análisis sobre el sector contemplados en el Plan, ayudarán a determinar las carencias y excesos de equipamientos comerciales, delimitados territorialmente, así como a vincular a los gestores urbanísticos en el momento de planificar. Dichos estudios y análisis deberán servir de base y orientación para las administraciones a la hora de preparar, redactar aprobar y ejecutar los distintos planes de actuación urbanística, así como orientarles ante nuevas implantaciones de establecimientos minoristas de gran dimensión y de alto impacto sobre el comercio existente, ayudando a las Comisiones Insulares de Comercio a la hora de determinar la concesión de la denominada segunda licencia según lo dispuesto en la nueva ley de comercio.*

- 6ª. *Atendiendo al Programa de Ordenación y Fomento Comercial, el CES propone su cambio de denominación a **Programa de Fomento Comercial** dada la existencia de otro programa encargado de la ordenación de la actividad comercial, como lo es el Programa de Ordenación Territorial. En este sentido, el Consejo estima que no es labor de este Plan desarrollar reglamentariamente la Ley de Ordenación de la Actividad Comercial, por lo que propone la desaparición de ésta acción del Programa de Ordenación y Fomento Comercial incorporándola, en todo caso, dentro del Programa de Ordenación Territorial, como instancia al Gobierno para que desarrolle y controle la aplicación tanto de la ley como de los criterios generales de ordenación. En última instancia, lo que se debe perseguir, tal y como*



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL
DE CANARIAS

se comentaba en la conclusión nº 13, es *la complementariedad de todas las actuaciones en favor del comercio.*

7ª. *Dotar, lo antes posible, a la Comisión de Seguimiento del Plan de una operatividad que le permitiese ir adaptando el Plan, según los estudios realizados y según la evaluación de las acciones que se vayan ejecutando. Esta información se iría incorporando al Plan, dotándolo de un **diagnóstico permanente**, el cual permitirá ir adaptando objetivos y acciones futuras.*

8ª. *Por último, el Consejo recomienda tener una **visión dinámica del presupuesto**, dejando abierta la posibilidad de ir adaptándolo a la evolución de los programas y no al contrario como se ha realizado este año, dada la escasez de información existente. En este sentido habría que hacer dos consideraciones:*

a) *Dado el periodo de tiempo ya transcurrido del año 1996 y la no aplicación aún del Plan, sería recomendable revisar la asignación presupuestaria por años con el objeto de no infrautilizar los recursos.*

b) *El CES recomienda asumir un gasto mayor, en los primeros años, en los programas que considera como prioritarios, esto es, Formación y Orientación e Información, con lo que se conseguiría una asignación más eficiente del presupuesto global del Plan.*

En Las Palmas de Gran Canaria, a 28 de mayo de 1996.

**Vº. Bº.
EL PRESIDENTE
DEL CONSEJO**

**EL SECRETARIO GENERAL
DEL CONSEJO**

Fdo.: Alberto Cabré de León

Fdo.: Carlos J. Valcárcel Rodríguez