



CONSULTA PREVIA SOBRE NORMATIVA

-MEMORIA JUSTIFICATIVA-

CONSEJERÍA	Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente
CENTRO DIRECTIVO	Dirección General de Comercio, Consumo y Simplificación Administrativa

TÍTULO DE LA NORMA
ORDEN DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE, POR LA QUE SE ESTABLECEN LAS BASES REGULADORAS DE LOS “PREMIOS DE COMERCIO DE LA REGIÓN DE MURCIA”.

Problemas que se pretenden solucionar con la iniciativa
El comercio local se encuentra afectado negativamente por el impacto de la crisis económica y financiera que se manifiesta en una menor demanda motivada por la caída de la capacidad adquisitiva de los consumidores, la competencia creciente de las ventas en línea a través de Internet, así como de las grandes superficies de venta, especialmente, en domingos y festivos en que el pequeño comercio de proximidad no suele abrir.

Necesidad y oportunidad de su aprobación
Los “Premios de Comercio de la Región de Murcia” tienen por objeto el reconocimiento a la labor realizada por los operadores del sector del comercio detallista que hayan destacado por su longeva trayectoria profesional, ser establecimientos comerciales singulares por la gama de productos ofertados, realizar una gestión innovadora, haber sido reconocidos por su excelencia o destacar en la economía digital, también reconocen las actuaciones de urbanismo comercial que ejecutan los ayuntamientos en los centros comerciales urbanos o abiertos o bien en mercados municipales de abasto o semanales no sedentarios, así como por las entidades asociativas del sector del comercio que hayan destacado por realizar acciones constantes en defensa de los intereses del comercio local.

Objetivos de la norma
Los “Premios de Comercio de la Región de Murcia” cuya función básica es la de potenciar de manera inequívoca la reputación corporativa de los premiados, cumplen con los objetivos siguientes:
1. Instituirse como instrumento válido en aras de prestigiar la labor profesional de los agentes



económicos que intervienen en el ámbito del comercio local.

2. Servir de ejemplo para difundir las buenas prácticas comerciales.
3. Consolidar el comercio innovador y más evolucionado en el universo digital.
4. Contribuir a mostrar las mejores puestas en valor de las Entidades Locales en favor de los centros comerciales urbanos y del equipamiento comercial colectivo (mercados).
5. Ejemplificar las acciones más destacadas del asociacionismo comercial.

Posibles soluciones alternativas regulatorias y no regulatorias

La única alternativa válida para que el comercio local gane en dinamismo pasa necesariamente por la recuperación de la demanda agregada de la economía, es decir, que se produzca un mayor gasto de los consumidores en bienes de consumo cotidiano y ocasional, de acuerdo con una mayor renta disponible.