

### III. OTRAS DISPOSICIONES

## MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA

**11298** *Resolución de 26 de mayo de 2025, de la Dirección General de Política Comercial, por la que se publica el Convenio con la Confederación de Mercados Tradicionales de Abastos de España, para la promoción de los mercados de España.*

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 48.8 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, procede la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» del Convenio entre el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa (Secretaría de Estado de Comercio) y la Confederación de Mercados Tradicionales de Abastos de España, para la Promoción de los mercados de España, que figura como anexo a la presente resolución.

Madrid, 26 de mayo de 2025.–El Director General de Política Comercial, Julián Conthe Yoldi.

#### ANEXO

#### **Convenio entre el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa (Secretaría de Estado de Comercio) y la Confederación de Mercados Tradicionales de Abastos de España, para la promoción de los mercados de España**

#### REUNIDOS

De una parte, don Julián Conthe Yoldi, Director General de Política Comercial, en virtud de su nombramiento efectuado por Real Decreto 600/2024, de 25 de junio, y actuando en el ejercicio de las atribuciones que le confiere el Real Decreto 1009/2023, de 5 de diciembre, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales, el Real Decreto 410/2024, de 23 de abril, de estructura orgánica del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, y actuando por delegación de competencias de la Secretaría de Estado de Comercio (Orden ICT/111/2021, de 5 de febrero, BOE de 11 de febrero de 2021).

Y de otra parte don Asier Beato Iglesias, en calidad de Presidente de la Confederación de Mercados Tradicionales de abastos de España; con domicilio social en la calle Ciscar 43 de Valencia, cargo que ostenta en virtud de su nombramiento en Asamblea General y registrado en el depósito de estatutos de las organizaciones sindicales y empresariales de la Dirección General de Trabajo del Ministerio de Trabajo y Economía Social con fecha 30 de enero de 2023.

Ambas partes, reconociéndose mutuamente capacidad jurídica y de obrar suficiente para la celebración del presente convenio,

#### EXPONEN

1. La Dirección General de Política Comercial, dependiente de la Secretaría de Estado de Comercio, tiene encomendada, de conformidad con el artículo 11.1, apartados x) e y) del Real Decreto 410/2024, de 23 de abril, de estructura orgánica del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, la elaboración, desarrollo y seguimiento de planes y programas generales de apoyo e impulso al comercio minorista que promuevan su competitividad, modernización y adaptación a los nuevos modelos de comercialización, así como las relativas a la cooperación y coordinación con las comunidades autónomas en materia de comercio interior que vayan encaminadas al fomento de la productividad y competitividad de las empresas del sector de la distribución comercial.

2. La Confederación de Mercados Tradicionales de Abastos de España es una entidad asociativa profesional al amparo de lo dispuesto en la Ley 19/1977, de 1 de abril, sobre regulación del Derecho de asociación sindical, sin ánimo de lucro, de ámbito en todo el territorio de España, constituida por confederaciones, federaciones o asociaciones de Mercados Públicos, cuya actividad comercial es el comercio al por menor de alimentación en un porcentaje significativo, independientemente de que la gestión del mercado donde realizan su actividad sea directa o indirecta.

3. Que entre sus fines se encuentra preservar la singularidad de los mercados municipales en las ciudades y pueblos de España, defendiendo la función social de los mercados como servicio público y la promoción de la competitividad de autónomos y empresas que lo forman, fomentando el emprendimiento y la diferenciación de la oferta; así como, representar y defender los intereses de los mercados municipales mediante el asociacionismo, la colaboración público-privada y, la mejora de la calidad y del acceso de los consumidores a productos cotidianos. Los mercados son una fuente de atracción del turismo, de la calidad gastronómica y del fomento de las relaciones sociales aportando crecimiento económico mediante el incentivo del comercio de proximidad, mejorando el entorno geográfico local a nivel económico, social, y cultural.

4. Los mercados tradicionales de abastos conforman el alma de las ciudades y de sus barrios por el importante papel que tienen en su historia, cultura o desde el punto de vista arquitectónico. Con independencia de su realidad e importancia empresarial y económica, los mercados destacan también por su importante papel integrador por su relevancia en la vitalidad y centralidad de los barrios, así como, por el uso estratégico y dinamizador que se hace de los bienes públicos.

En la actualidad, existen en torno a 985 mercados municipales en España, con unos 40.000 puntos de venta, que suponen una cuota de mercado en torno al 15% del sector de la alimentación fresca y una facturación anual de 15.000 millones de euros; muchos de ellos en proceso de adaptación para acercarse a nuevos consumidores o a los cambios en el comercio o consumo, pero conservando su esencia particular.

El sector comercial está formado por un elevado número de empresas que tienen la consideración de pymes, de las 393.287 empresas con que cuenta el sector del comercio minorista, el 46% (181.260) corresponde a empresas sin asalariados; el 52% (205.285) son microempresas (de 1 a 9 asalariados), el 1,5% (5.862) son pequeñas empresa (de 10 a 49 asalariados) y el 0,2% restante (880) son empresas de 50 o más asalariados.

En cuanto a la condición jurídica de las empresas activas en el comercio al por menor, el 69,8% corresponde a personas físicas y el 24,7% a las sociedades de responsabilidad limitada, mientras las sociedades anónimas representan tan solo el 0,6% de las empresas; el 4,8% restante corresponde a otras formas jurídicas.

5. Para adoptar estrategias que garanticen el futuro de los mercados tradicionales, las partes acuerdan que es necesario promover y dar publicidad a los mercados tradicionales de España, impulsar el asociacionismo mediante una imagen de marca, una web activa y encuentros entre el sector.

De conformidad con lo expuesto anteriormente, el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa (Secretaría de Estado de Comercio) y la Confederación de Mercados Tradicionales de abastos de España acuerdan suscribir el presente convenio con sujeción a las siguientes

#### CLÁUSULAS

Primera. *Objeto y justificación.*

El presente convenio tiene por objeto la propuesta e implementación de acciones dirigidas a la promoción de los mercados tradicionales y de la propia Confederación para mejorar la competitividad del comercio minorista de España.

Segunda. *Actuaciones de cada una de las partes.*

Las partes firmantes del presente convenio se comprometen a realizar cuantas acciones sean necesarias para la correcta ejecución del presente convenio y a facilitarse toda la información, asistencia técnica y colaboración que se requiera para la adecuada ejecución de las actuaciones que le corresponden.

A. La Confederación de Mercados Tradicionales de Abastos de España realizará las siguientes actuaciones:

1. Mantenimiento y actualización del inventario pormenorizado de los mercados de España. En el marco de la colaboración entre las partes establecido en el convenio firmado en el año 2024, la Confederación se compromete a mantener y actualizar el contenido del inventario en la Web, estructura, administración de documentación, mantenimiento de los mercados, fichas, vínculos y cualquier contenido compartiendo dicha información con la Dirección General de Política Comercial.

2. Implementación de acciones para la promoción de los mercados y de la propia Confederación en el ámbito de esta actuación se desarrollarán las siguientes tareas:

a) Promoción de los Mercados Municipales basadas en la utilización de las redes sociales: atención y cuidado de la imagen de Marca de manera común y homogénea en redes sociales. Gestión de los distintos canales incluyendo respuesta directa y personalizada. Seguimiento de la actividad de los mercados y plazas de abastos, *target* potencial y competencia. Analítica trimestral de posicionamiento *online*: opiniones, tráfico e interactividad. Mantenimiento de RRSS. Facebook, twitter, Instagram, YouTube.

b) Acciones de marketing tanto en medios tradicionales como *online* que ayude al posicionamiento de la marca «Mercados Tradicionales de abastos de España» y su percepción por parte del ciudadano.

c) Gestión y actualización de contenido web. Redacción de noticias, estructura, administración de documentación, formularios de inscripción: mantenimiento de la web, servicios, servidores, correos, actualizaciones, nuevos socios, mercados nuevos, bajas. Mantenimiento y actualización de documentación específica en materia de mercados municipales, así como de galerías de imágenes.

d) Desarrollo de una política de marketing y campañas de publicidad resaltando los elementos positivos de los mercados y plazas de abastos y su aportación a la ciudad.

e) Encuentro de mercados a nivel nacional para poner en valor los mercados municipales como servicio público protector de los pequeños productores y la cultura local.

B. La Dirección General de Política Comercial, por su parte, se compromete a realizar las siguientes actuaciones:

1. El apoyo institucional a la Confederación española de mercados tradicionales y plazas de abastos.

2. Coadyuvar a la obtención de datos a través de las entidades locales o la FEMP, promoviendo la participación e implicación de los ayuntamientos para el desarrollo de las actuaciones previstas en este convenio.

3. Acciones de promoción de los Mercados Municipales y de política de marketing resaltando los elementos positivos de los mercados y plazas de abastos y su aportación a la ciudad por medio de los canales habituales de comunicación de la Dirección General de Política Comercial, a través de la web: [www.comercio.gob.es](http://www.comercio.gob.es).

4. El apoyo institucional al Encuentro de Mercados a nivel nacional para poner en valor los mercados municipales como servicio público protector de los pequeños productores y la cultura local.

5. Difusión de dicha campaña por medio de los canales habituales de comunicación de la Dirección General de Política Comercial, a través de la web: [www.comercio.gob.es](http://www.comercio.gob.es).

### Tercera. *Obligaciones y compromisos económicos.*

El gasto total máximo objeto del presente convenio asciende a dieciocho mil ciento cincuenta euros (18.150 euros) IVA incluido, cofinanciados de la siguiente manera por ambas partes:

- La Confederación de Mercados Tradicionales de abastos de España aporta para el desarrollo y ejecución del presente convenio 5.445 euros, IVA incluido.
- La Dirección General de Política Comercial se compromete a aportar 12.705 euros, IVA incluido, con cargo a la aplicación 27.15.431O.226.06 del presupuesto de gastos para el año 2025, para coadyuvar al desarrollo de las acciones contempladas en este convenio.

### Cuarta. *Régimen de pagos.*

A la finalización de las actuaciones, la Confederación de Mercados Tradicionales de abastos de España remitirá a la Dirección General de Política Comercial la documentación justificativa del gasto realizado y una memoria detallada de todas las actividades realizadas.

El pago se efectuará sobre la base de los gastos justificados desde que el presente convenio comience a producir efectos hasta el 30 de noviembre de 2025, a los que deberá dar su conformidad la Comisión de Seguimiento prevista en la cláusula quinta del presente convenio.

### Quinta. *Comisión de Seguimiento.*

Para velar por la adecuada realización del objeto de este convenio se constituye una Comisión de Seguimiento que estará compuesta por dos representantes de cada una de las partes. La presidencia de la Comisión de Seguimiento corresponderá al titular de la Subdirección General de Regulación y Apoyo al Comercio Interior, de la Dirección General de Política Comercial España.

La Comisión de Seguimiento se reunirá cuando fuese necesario a petición de cualquiera de las partes. Su funcionamiento se ajustará a lo dispuesto respecto de los órganos colegiados en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Corresponderá a esta comisión efectuar el seguimiento de las acciones que se acuerden en el convenio, así como la propuesta de iniciativas o acciones complementarias y la interpretación y resolución de las controversias que surjan en su aplicación y ejecución. Además, la Comisión de Seguimiento certificará:

- Las actuaciones si se han realizado conforme con lo previsto en el convenio.
- Los gastos incurridos con el desglose de actuaciones.
- La comprobación de las facturas, prestándose su conformidad a las mismas.

### Sexta. *Protección de datos.*

En la ejecución del presente convenio se respetará la normativa vigente en materia de protección de datos, en especial, se cumplirán las obligaciones derivadas de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).

### Séptima. *Propiedad intelectual.*

La Confederación de Mercados Tradicionales de abastos de España y la Dirección General de Política Comercial autorizan el uso de sus logotipos y marcas en las actuaciones sujetas a la colaboración, en los términos y condiciones expresados en el

presente convenio, conforme a la normativa vigente y, únicamente durante el periodo de vigencia del mismo.

La Dirección General de Política Comercial y la Confederación de Mercados Tradicionales de abastos de España, en sus actuaciones, ha de estar a lo dispuesto en el Real Decreto 1465/1999, de 17 de septiembre, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado.

El convenio no dará derecho a una de las partes a usar, a efectos publicitarios o en sus relaciones comerciales con terceros, ninguna marca comercial, signo distintivo, eslogan, emblema o traducción de los mismos que sean titularidad de la otra parte.

Octava. *No exclusividad.*

Ninguna de las partes podrá exigir a la otra la realización de las actuaciones previstas en este convenio con carácter exclusivo.

Novena. *Vigencia del convenio.*

El convenio se perfecciona en el momento de su firma y surtirá efectos una vez inscrito en el Registro Electrónico Estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del Sector Público Estatal.

Asimismo, será publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de acuerdo a lo establecido en el artículo 48.8 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público y finalizará su vigencia el 30 de noviembre de 2025.

Décima. *Resolución y extinción del convenio.*

Serán causas de extinción del convenio, además del cumplimiento de las actuaciones que constituyen su objeto, las causas recogidas en el artículo 51 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público:

- El transcurso del plazo de vigencia sin haberse acordado la prórroga del mismo.
- El acuerdo unánime de los firmantes.
- El incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por parte de alguno de los firmantes.

En este caso, cualquiera de las partes podrá notificar a la parte incumplidora un requerimiento para que cumpla en un determinado plazo con las obligaciones o compromisos que se consideran incumplidos. Este requerimiento será comunicado al responsable del mecanismo de seguimiento, vigilancia y control de la ejecución del convenio y a las demás partes firmantes.

Si trascurrido el plazo indicado en el requerimiento persistiera el incumplimiento, la parte que lo dirigió notificará a las partes firmantes la concurrencia de la causa de resolución y se entenderá resuelto el convenio. La resolución del convenio por esta causa podrá conllevar la indemnización de los perjuicios causados si así se hubiera previsto.

- Por decisión judicial declaratoria de la nulidad del convenio.
- Por cualquier otra causa distinta de las anteriores prevista en el convenio o en otras leyes.

Undécima. *Consecuencias en caso de incumplimiento.*

De acuerdo con el artículo 49.e) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, las consecuencias aplicables en caso de incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por cada una de las partes y, en su caso, los criterios para determinar la posible indemnización por el incumplimiento, se determinarán en la Comisión de Seguimiento teniendo en cuenta las circunstancias concurrentes.

Duodécima. *Régimen jurídico y jurisdicción.*

El presente convenio se rige por lo dispuesto en el capítulo VI del título preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Cualquier conflicto que pudiera suscitarse sobre la interpretación o ejecución del presente convenio se resolverá por mutuo acuerdo entre las partes, en el seno de la Comisión de Seguimiento y, en su defecto, serán aplicables las disposiciones de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa.

Las partes se comprometen a la estricta observancia de lo establecido en la presente cláusula y de cuantas disposiciones de la normativa comunitaria y nacional sean aplicables en la materia.

Decimotercera. *Modificación del convenio.*

La modificación del contenido del convenio requerirá acuerdo unánime de los firmantes.

Tratándose de ajustes presupuestarios o de cualquier actuación complementaria o modificación de las actuaciones acordadas por las partes, deberán ser autorizadas previamente por la Comisión de Seguimiento. Las modificaciones que contemplen nuevas actuaciones o incrementen el gasto contraído se recogerán mediante adendas al presente convenio de acuerdo con la normativa aplicable.

Y en prueba de cuanto antecede, las partes suscriben el convenio.—En Madrid, a 26 de mayo de 2025.—Por la Secretaría de Estado de Comercio, por delegación (Orden ICT 111/2021, de 5 de febrero), el Director General de Política Comercial, Julián Conthe Yoldi.—Por la Confederación de Mercados Tradicionales de Abastos de España, su Presidente, Asier Beato Iglesias.