

**MEMORIA INFORME DE LA ACTUACIÓN  
2.3.2.1. DEL VI PLAN INTEGRAL DE  
FOMENTO DEL COMERCIO INTERIOR  
DE ANDALUCÍA: PUESTA EN MARCHA  
DE UNA MESA DE TRABAJO DE  
IMPULSO DEL COMERCIO RURAL**

## ÍNDICE

- 1.- Introducción
- 2.- Datos de los participantes
  - 2.1.- Entidad convocante
  - 2.2.- Participantes de la Mesa
- 3.- Objetivos
  - 3.1.- Objetivos generales
  - 3.2.- Objetivos como grupo
- 4.- Relación de las actividades realizadas
  - 4.1.- Actuaciones de cada una de las entidades participantes
  - 4.2.- Resumen de actuaciones repercusión directa en el comercio rural
- 5.- Conclusiones

## 1.- INTRODUCCIÓN

La Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, a través de la Dirección General de Comercio (en adelante: “DGC”), en colaboración con otras Consejerías de la Junta de Andalucía, organismos y entidades, viene a desarrollar actuaciones con repercusión en el apoyo a la modernización e innovación del comercio interior de nuestros pueblos y ciudades, con el objetivo de fomentar la implantación de las nuevas tecnologías, potenciar una ordenación comercial racional y equilibrada y promover la mejora de la competitividad y el emprendimiento en el sector comercial andaluz.

Dentro del marco normativo del Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía, y de conformidad con su Disposición Final Primera, se ha elaborado el VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2019-2022 (en adelante: “VI PFICIA”), para alcanzar estos objetivos con un claro concepto innovador e integral que implemente aquellas actuaciones que se están llevando a cabo por parte de todos aquellos organismos, instituciones o entidades con incidencia directa o indirecta en la actividad comercial, creando así, un ecosistema integral y eficiente de apoyo al sector comercial en Andalucía.

Así, en el ámbito del Plan de acción del VI PFICIA y, más concretamente, de su segundo objetivo estratégico, potenciar una ordenación comercial racional y equilibrada, se establece una línea estratégica dedicada al impulso del comercio en el medio rural debido a que la regresión demográfica se ha convertido en un grave problema de nuestra sociedad y como tal ha de responderse a él desde una perspectiva de gobernanza multinivel que, en la práctica, conlleva la implicación de todas las administraciones públicas en todos sus frentes de acción. La despoblación del medio rural es una de las realidades más severas de las que confluyen en este marco de regresión demográfica nacional, pero con peculiaridades estructurales que deben ser tenidas en cuenta.

Los desafíos demográficos de los espacios rurales se han agudizado en las dos últimas décadas, cuando los riesgos demográficos directamente relacionados con la despoblación se han intensificado y entrelazado drásticamente: el envejecimiento, la salida de población joven, la caída de la natalidad y la baja densidad demográfica, por lo que surge la necesidad de poner en marcha decididas políticas públicas sectoriales con medidas prácticas que, desde el sector comercial, permitan combatir la despoblación en las áreas rurales andaluzas.

Por todo ello, desde la DGC, se pone en marcha durante el período de 2020-2022, con medios propios, un grupo de trabajo en el que están representadas las distintas administraciones o entidades públicas con una incidencia directa o indirecta en el comercio rural, así como los agentes económicos y sociales, que permita identificar las principales actuaciones y recomendaciones a poner en marcha para lograr un impulso del comercio en las zonas rurales con el propósito de:

a) Identificar las principales actuaciones que se han llevado a cabo, así como la difusión de las mismas a través de jornadas a los Ayuntamientos.

b) Pretender que las políticas públicas comerciales puestas en marcha desde las distintas administraciones públicas andaluzas, sean fruto del consenso y del debate entre los distintos agentes públicos, económicos y sociales implicados en las mismas.

A modo de resumen, se ha preparado este documento recopilatorio de todas las actuaciones que se están llevando a cabo por los distintos órganos y entidades presentes en la mesa, haciendo especial énfasis en aquellas que pueden tener una repercusión directa en el comercio rural.

## 2.- DATOS DE LOS PARTICIPANTES

### 2.1.- Entidad convocante

El órgano responsable de la convocatoria de la mesa de trabajo de impulso del comercio rural (en adelante: “la mesa de trabajo”) es la DGC, adscrita a la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía.

La Federación Andaluza de Municipios y Provincias y las Organizaciones representativas del sector actuarán como órganos colaboradores.

### 2.2.- Participantes de la Mesa

#### 1.- Representantes de la Administración:

- **Por la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades**

- **Presidente**

- D. Rogelio Velasco Pérez. Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades.

- **Comercio Interior**

- D.ª Lorena Garrido Serrano. Directora General de Comercio.

- D.ª M.ª José López López. Subdirectora de la Dirección General de Comercio.

- D.ª Camila Tirado Sánchez. Jefa del Servicio de Análisis y Planificación Comercial, que actúa como Secretaria de la Mesa.

- D. Vicente García Rodríguez, funcionario de la Dirección General de Comercio.

- D.ª. Sara Torné Villar, funcionaria de la Dirección General de Comercio.

- **Economía Digital e Innovación**

- D.ª Rocío Díaz Mariscal. Directora General de Economía Digital e Innovación.

- **Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA)**

- D.ª. Elena Manzanera Díaz, Directora del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

- D.ª M.ª Carmen Fernández Cuevas. Subdirectora del Instituto de Estadística de Andalucía.

- D.ª Sonia Fernández Boniquito. Jefa de Servicio del Instituto de Estadística de Andalucía.

- **Por la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local**

- D. Joaquín José López-Sidro Gil. Director General de Administración Local.

- D. Pedro José Victoria Nieto. Consejero Técnico. Dirección General de Administración Local.

- D.ª Ana Belén Palma Rojas. Servicio de Calidad e Innovación de la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo.

- **Por la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo**

- D<sup>a</sup>. Adolfinia Martínez Guirado. Secretaria General de Empleo y Trabajo Autónomo. (Primera sesión)
- D. José Agustín González Romo. Secretario General de Empleo y Trabajo Autónomo. (Segunda y tercera sesión).
- D. Ángel Gutiérrez Pérez. CADE Sevilla – Cerro. Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza.

- **Por la Consejería de Educación y Deporte**

- D.<sup>a</sup> Lucía Rodríguez Ruíz. Asesora Técnica de la Dirección General de Formación Profesional.

- **Por la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible**

- D.<sup>a</sup>. Carmen Cristina de Toro Navero. Directora General de Industria, Innovación y Cadena Agro-alimentaria.
- D. Pedro Cerezuela Sánchez. Coordinador de la Dirección General de Industria, Innovación y Cadena Agro-alimentaria.

- **Por la Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación**

- D<sup>a</sup>. M.<sup>a</sup> José Navarro Pinto. Coordinadora provincial del Instituto Andaluz de la Mujer en Almería.
- D.<sup>a</sup> Mercedes Giménez Soler. Jefa del Servicio de Coordinación en Almería. Instituto Andaluz de la Mujer (IAM).

- **Por la Consejería de Fomento, Infraestructuras y Ordenación del Territorio**

- D. Fernando Villanueva Lazo. Consejero Técnico de la Dirección General de Movilidad.
- D. Carlos Sánchez de las Heras. Jefe del Gabinete de redacción en el Sv. de Planificación Subregional del Litoral de la Dirección General de Ordenación del Territorio y Urbanismo.

## **2.- Representante de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP):**

- D<sup>a</sup>. Teresa Muela Tudela. Secretaría General de la Federación de Municipios y Provincias de Andalucía.
- D. Juan Manuel Fernández Priego. Director del Departamento de Gabinete Técnico y Comisiones de Trabajo de la Federación de Municipios y Provincias de Andalucía.
- D. Antonio Cossío Guerrero. Técnico del Departamento de Programas, Redes y Políticas de Igualdad.

## **3.- Representantes de las Organizaciones Empresariales:**

- Representante de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA).
- D. Luis Picón Bolaños.
- D. Álvaro González Zafra.
- D<sup>a</sup>. Irene Lagares Araujo.

#### **4.- Representante de las Organizaciones Sindicales:**

- D.<sup>a</sup> Luisa Ávila González. Representante de la Unión General de Trabajadores de Andalucía (UGT).
- D. Rafael Domínguez Romero. Representante de Comisiones Obreras de Andalucía (CC.OO ).

#### **5.- Representante de las Cámaras de Comercio andaluzas y el Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de comercio, Industria, Servicios y Navegación:**

- D.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Dolores Galán Moreno. Área de Cooperación Empresarial, Formación y Empleo.

#### **6.- Representantes de las Organizaciones de Consumidores de Andalucía:**

- D.<sup>a</sup> Rocío de la Villa Coca. Federación Andaluza de Consumidores y Amas de Casa AL-ANDALUS.
- D. Jordi Castilla López. FACUA - Consumidores en Acción.

#### **7.- Representantes de la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado (FAECTA):**

- D. José Contero Banco. Representante de FAECTA.
- D. Víctor García de la Vega. Representante de FAECTA.

#### **8.- Representante de la Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía (ARA):**

- Isabel Uceda Cantero. Vicepresidenta 1<sup>a</sup> de ARA.

#### **9.- Representante de las Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía:**

- D. Antonio López Godoy. Técnico de olivar y desarrollo rural de Cooperativa Agro-alimentarias de Andalucía.

#### **10.- Representante de la Asociación de Comercio Ambulante del Bajo Guadalquivir:**

- D. José Ángel Cordero Leal del Ojo.

#### **11.- Representante de la Unión Nacional de Empresas de Comercio Ambulante (UNECA):**

- D. Simeón Rojas Tienda.
- D. Carlos Martí Roy.

#### **12.- Representantes de la Federación de Comercio Ambulante de Andalucía (FECOAMBA) :**

- D. Juan Rojas Guerrero.
- D. Antonio Figueroa Lorente.

#### **13.- Representante de la Federación Andaluza de Asociaciones y Comerciantes Ambulantes Autónomos (FADACAYA):**

- D. Antonio Manuel Maya Rodríguez .

### 3.- OBJETIVOS

#### 3.1.- Objetivos generales

Tras la sesión constitutiva de la mesa de trabajo el pasado 28 de octubre de 2020, se plantearon como cuestiones fundamentales:

- a) Fomentar el emprendimiento y
- b) Establecer medidas contra la despoblación y el envejecimiento de la población en las zonas rurales.

Todas las partes integrantes de la misma tomaron la palabra exponiendo las actuaciones que estaban haciendo o tenían previsto poner en marcha a corto plazo desde los distintos ámbitos para lograr alcanzar estos grandes objetivos, poniendo *de manifiesto que es necesario llevar a cabo una serie de actuaciones públicas y privadas que deriven en apoyo a los comercios de las zonas rurales para lograr que presten un abastecimiento suficiente, variado y con distribución territorial equilibrada en sus localidades.*

#### 3.2.- Objetivos como grupo

Como resultado de las distintas intervenciones de los participantes en la sesión constitutiva de la mesa de trabajo y de las aportaciones enviadas posteriormente, esta DGC plantea los siguientes objetivos de grupo:

- a) Identificación de las principales medidas y actuaciones que se están llevando a cabo en las zonas rurales desde los distintos organismos y entidades presentes en la misma, al objeto de elaborar un compendio actualizado en el que queden integradas, para su conocimiento y consulta.
- b) Establecer las bases para futuras colaboraciones mediante la creación de grupos de trabajo concretos entre aquellos organismos y entidades cuyas medidas tengan puntos de unión con la finalidad de coordinarse y hacer las actuaciones de manera conjunta y ordenada y evitar duplicidades o algunas en las distintas actuaciones que se están poniendo en marcha.
- c) Acordar con los participantes, la comunicación de las nuevas medidas o actuaciones que se pongan en marcha por parte de aquellos, que puedan incidir en el ámbito rural en general y en el comercio en particular, para recogerlas y actualizar la memoria de actuaciones.

## 4.- RELACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

### 4.1.- Actuaciones de cada una de las entidades participantes

#### A) Órganos y entidades de la Junta de Andalucía

**A.1.-** La **Dirección General de Comercio**, adscrita a la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, ha elaborado el VI PFICIA, con un claro concepto innovador e integral que implementa aquellas actuaciones que se están llevando a cabo por parte de todos aquellos organismos, instituciones o entidades con incidencia directa o indirecta en la actividad comercial, creando un ecosistema integral y eficiente de apoyo al sector comercial andaluz. El enlace de acceso al VI PFICIA es:

<https://juntadeandalucia.es/organismos/sobre-junta/planes/detalle/186786.html>

Uno de los objetivos estratégicos del Plan consiste en potenciar una ordenación comercial racional y equilibrada entre los distintos formatos comerciales, impulsando, entre otros, al comercio en el medio rural para mantener y mejorar una actividad comercial suficiente, variada y distribuida territorialmente de forma adecuada en todas sus vertientes, mediante la implicación de todos los agentes y de las distintas Administraciones.

De todas las medidas o actuaciones que se incluyen en el VI PFICIA, podrá beneficiarse el sector comercial en su conjunto, siendo las que se dirigen específicamente al comercio rural, las siguientes:

#### ✓ **Elaboración y difusión de una guía para el diseño de planes estratégicos municipales.**

El objetivo de esta actuación consistía en poner a disposición de los Ayuntamientos andaluces una guía que les sirviera de base para desarrollar herramientas territoriales de referencia para el sector comercial de su localidad, tratando de generar sinergias de trabajo conjuntas (sector comercial, ciudadanía y administración pública) que permitan definir y priorizar todas aquellas actuaciones necesarias a poner en marcha en cada municipio, de cara a la mejora del posicionamiento del sector y su propia sostenibilidad.

La planificación estratégica es la herramienta más poderosa que tiene una administración pública para el establecimiento de prioridades, objetivos y estrategias que definan los medios que son necesarios, atendiendo a los recursos disponibles para lograr los resultados esperados. Por lo tanto, debe ser un procedimiento sencillo e incorporado a la gestión administrativa cotidiana de la toma de decisiones.

Por todo ello, esta DGC preparó durante el 2021 un contrato menor de servicios para la elaboración y difusión de una guía para el diseño de planes estratégicos de comercio municipales mediante la cual se detallasen y establecieran las bases necesarias para mejorar los procesos y alcanzar las metas comerciales, estableciendo objetivos y controlando su cumplimiento posibilitando un mayor crecimiento económico local, siendo adjudicado a la empresa D´Aleph Iniciativas y Organización, S.A. por un importe de 13.860,55 €, IVA incluido.

El material elaborado por la empresa y que fue presentado por uno de sus miembros en la sesión de cierre del pasado 11 de noviembre de 2011, se estructura en un documento doble. En primer lugar, se parte de una guía base que incluye todos los puntos imprescindibles de un plan estratégico comercial completo. En este documento base se ofrece una explicación sintética de su contenido y se hace un repaso general de todo el trabajo a realizar a nivel municipal, y en segundo lugar, se termina con una guía avanzada que amplía la información de cada uno de los puntos del documento base con la presentación de recursos prácticos y referencias o ejemplos para la elaboración de los Planes Estratégicos de Comercio. Si es necesario también se introducen, otros aspectos de estudio que pueden

ser de interés y/o relevantes en función de diferentes características de los municipios, pero que no tiene porque interesar a todos los que lo consulten.

Tanto la guía base como la guía avanzada se estructuran sobre unos aspectos esenciales y contenidos mínimos que los Ayuntamientos andaluces podrán seguir como orientación para elaborar sus propios Planes Estratégicos de Comercio.

El documento definitivo puede ser consultado a través de la web de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades en el enlace siguiente:

[https://juntadeandalucia.es/export/drupaljda/120122\\_Guia\\_PECM\\_Andaluc%C3%ADa\\_v25.pdf](https://juntadeandalucia.es/export/drupaljda/120122_Guia_PECM_Andaluc%C3%ADa_v25.pdf)

#### ✓ **Nuevas bases reguladoras de subvenciones para Ayuntamientos.**

Mediante la Orden de 6 de agosto de 2021, publicada en el B.O.J.A. núm. 154 el 11 de agosto de 2021, se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva dirigidas a Ayuntamientos y destinadas a impulsar la mejora, modernización y promoción del comercio y la artesanía en Andalucía a Ayuntamientos, la cual puede consultarse en el siguiente enlace:

[https://juntadeandalucia.es/boja/2021/154/BOJA21-154-00030-13407-01\\_00197213.pdf](https://juntadeandalucia.es/boja/2021/154/BOJA21-154-00030-13407-01_00197213.pdf)

Dirigidas a los Ayuntamientos de la Comunidad Autónoma de Andalucía, tienen como objetivo impulsar la mejora, modernización y promoción del comercio y la artesanía en el ámbito de la Administración Local de la Comunidad Autónoma de Andalucía como medio de obtener ventajas que repercutan en la mejora de la competitividad de los sectores del comercio minorista y la artesanía local respectivamente. Asimismo, servirán para apoyar las actuaciones de promoción y dinamización del comercio urbano y de proximidad y de los talleres artesanos del municipio, con actuaciones como la puesta en marcha de Planes Estratégicos de Comercio Municipal, la modernización de los mercados de abastos, la adecuación de los espacios dedicados al comercio ambulante, la transformación digital del comercio y de la artesanía locales, la adecuación de espacios municipales permanentes para la exposición y venta de artesanía local o la señalética identificativa de los espacios comerciales y artesanos del municipio, entre otras.

La convocatoria de la subvención para el periodo 2021-2022, con una cuantía total máxima de 2.000.000,00 de euros, se ha llevado a cabo mediante Resolución de 1 de diciembre de 2021, de la Dirección General de Comercio. Se puede acceder a toda la información a través del siguiente enlace:

<https://juntadeandalucia.es/organismos/transformacioneconomicaindustriaconocimientoyuniversidades/servicios/procedimientos/detalle/24681.html>

#### ✓ **Estudio de la oferta y la demanda comercial para obtener información actualizada y detallada.**

El objeto del contrato se correspondía con las previsiones del VI PFICIA, en concreto con las actuaciones 2.3.1.1: Elaboración de un estudio específico de la oferta y la demanda comercial en las zonas rurales y 3.3.1.1: Realización y difusión de estudios específicos de la oferta y la demanda comercial.

El importe total (IVA incluido) fue de 129.570,82 € y el plazo de ejecución de 12 meses a partir de la formalización del contrato.

Como un capítulo diferenciado de este estudio, se haría un anexo más específico y particular acerca de la oferta, la demanda y la distribución del sector comercial en las zonas rurales. El comercio rural tiene una particularidad, ya que ejerce una función de cohesión social muy importante y es un elemento

clave para el mantenimiento de la población en los municipios pequeños y medianos, lo que a su vez, supone un efecto multiplicador de la economía local, al tiempo que fija a la población en los territorios, y por ello es un elemento clave y fundamental de cara a combatir la despoblación en las zonas rurales. La escasa información fiable de la estructura existente y del impacto real del comercio rural hacen necesarios la realización de este estudio, para posteriormente poner en marcha las actuaciones adecuadas para mejorar las condiciones y la competitividad de los mismos.

La ejecución del estudio se preveía en los años 2021 y 2022, dada la información de la que se disponía, al objeto de tener una visión detallada y completa de cómo ha evolucionado el sector, especialmente por la incidencia de la Pandemia de la Covid-19.

En el resultado del trabajo, se debía tener en cuenta:

- Las características propias de las distintas unidades territoriales, tales como las demográficas, económicas, o cualesquiera otras existentes, incluyendo las específicamente comerciales con el mayor grado de desagregación posible según el CNAE, desagregadas por municipios.
- La información desagregada por sexo en todos los casos.
- Las repercusiones de la actual Pandemia del Covid-19 en el tejido comercial andaluz, en cada uno de los apartados.
- La comparación entre los ámbitos territoriales de Andalucía, de España y países de nuestro entorno, mediante series históricas, tanto del sector comercial como con otros sectores económicos, explicando la evolución.
- La información se expondría mediante tablas y gráficas que, como se indica más arriba, deberán contener series históricas y comparaciones territoriales, sectoriales, por tamaño de las empresas, por sexo, y otras que se estimen adecuadas, con el máximo grado de desglose posible.

No obstante lo anterior, y después de preparar y licitar mediante procedimiento abierto el contrato del estudio de la oferta y la demanda comercial, éste tuvo que ser declarado desierto por Resolución de 12 de julio de 2021, de la Secretaría General Técnica de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, dado que se recibió una sola oferta que finalmente no superó la puntuación mínima. Actualmente, la DGC está trabajando en la preparación de una nueva licitación.

**A.2.-** La **Dirección General de Economía Digital e Innovación**, adscrita a la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades ha puesto en funcionamiento diversas actuaciones, alguna de ellas como órgano colaborador dentro del VI PFICIA de la Dirección General de Comercio, que detallamos a continuación:

✓ En primer lugar, recogida en el VI PFICIA como la actuación 1.1.3.2.: Realización de un foro para el fomento de la colaboración intersectorial, estaba previsto realizar un foro presencial sobre la Digitalización como Oportunidad para las Empresas en el sector comercio a fin de difundir los resultados de los estudios y conclusiones obtenidas en el proyecto. Sin embargo, tras la publicación del Estado de Alarma el 14 de marzo de 2020 con motivo de la emergencia sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19, se adaptó el formato organizando finalmente a un Webinar en formato streaming (online), modificando así algunos detalles de la organización y puesta en marcha.

El webinar “La digitalización como oportunidad para las empresas del sector comercio” se celebró el 31 de marzo de 2020 y tuvo buena acogida, teniendo que ampliar la convocatoria dado el interés de los inscritos, llegando a más de 300 participantes en el mismo. Se puede acceder a su contenido a través del siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=D-6M1srO6aI>.

Además de las tendencias tecnológicas que dan respuesta a las demandas y necesidades existentes, se trataron casos de éxito de transformación digital de pymes comerciales: encuentros en los que los binomios pymes comerciales + pymes sector TIC exponían su experiencia de éxito en transformación digital.

✓ En segundo lugar, se puso en funcionamiento durante el año 2020 la actuación incluida en el VI PFICIA como 1.1.4.3.: Itinerarios formativos en TICs. Sensibilización y formación en transformación digital para el sector comercio.

El Programa para la Transformación Digital del Comercio Minorista se diseñó pensando en las necesidades y capacidades digitales del público objetivo, por lo que consistió en la difusión a través de WhatsApp de píldoras (vídeos y podcasts) con contenido práctico para ayudar a los comerciantes andaluces a aprovechar todas las oportunidades de la transformación digital.

Así, durante 34 semanas se envió una píldora cada viernes a las 10:30 (exceptuando las dos últimas que se lanzaron el miércoles 23 de diciembre), culminando en la semana 35 (el miércoles 30 de diciembre) el programa con el envío de un enlace a través del cual el alumnado podía descargarse un ebook que recopilaba todo el contenido. Para la difusión y captación de participantes se han realizado landing, mailing y campañas en redes sociales.

Esta formación a través de WhatsApp ha tenido una acogida estupenda, ha habido más de 1.000 teléfonos móviles inscritos en la misma, además los participantes no son únicos, así se han logrado un total de visualizaciones que supera las 7.000.

De todo ello, se deduce que el sector del comercio minorista se inclina por aprender todo lo relacionado con la venta y el marketing, algo sin duda que se ha visto reforzado por la caída de ventas derivada de la situación actual, y se interesa menos por lo técnico (o que “suene” técnico), probablemente por razones relacionadas con la falta de tiempo y/o de habilidades digitales que parece aquejar al sector, en su mayoría autónomos con un exceso de carga de trabajo.

Puedes acceder a más información a través de Andalucía Conectada, una plataforma de servicios y contenidos destinados a impulsar la Economía Digital en nuestra región: <https://empresas.andaluciaconectada.es/>

✓ En tercer lugar y en el marco del Objetivo Estratégico primero del VI PFICIA, más concretamente dentro de la Medida 1.1.3.: Análisis diagnóstico del grado de implantación de la TICs en los distintos formatos comerciales del comercio andaluz, se puso en marcha a finales del año 2020, la adaptación del modelo de madurez digital para todo el sector comercial (1.1.3.3.), repercutiendo en el ámbito rural.

Esta actuación tiene su origen en la herramienta de autodiagnóstico desarrollada por esta Dirección General denominada “Modelo de Madurez Digital”, trasversal a cualquier pyme, por lo que su repercusión en el sector comercial es directa y permite conocer su estado de digitalización, proporcionarle recomendaciones para iniciar o avanzar en la transformación digital y disponer de una serie de recursos formativos en distintos formatos, pudiendo acceder a su contenido a través del enlace siguiente:

<https://www.programaempresadigital.es/programa-empresa-digital>

La herramienta utiliza el análisis de la digitalización en la cadena de valor de las empresas comerciales, así como de las herramientas y tecnologías que mejor se adaptan o más oportunidades aportan a lo

largo de dicha cadena de valor. Con todo ello, se realizan las adaptaciones necesarias del modelo de madurez digital a la realidad del sector comercio, además del cuestionario utilizado para el autodiagnóstico, de carácter multisectorial, lo que permitirá a las PYMES y micro PYMES comerciales realizar una evaluación del grado de digitalización de su negocio.

Dado ese carácter multisectorial del modelo, se hacía necesario su adecuación a las necesidades de la empresas comerciales andaluzas para la realización de un diagnóstico más adaptado a la realidad del sector y que permitiera la comparativa con el resto de las empresas comerciales. La herramienta de autodiagnóstico adaptada al sector comercial está disponible en el portal “Andalucía es Digital” desde febrero de 2021 y se realizan actuaciones de difusión para conseguir que las empresas comerciales realicen autodiagnósticos y poder actuar desde la Administración de la Junta de Andalucía. Además, la recogida de información se realiza de manera anónima y permitirá establecer y poner en marcha otras medidas y actuaciones que ayuden a la transformación digital de los comercios andaluces.

✓ En cuarto lugar, otra de las actuaciones que a medio plazo va a desarrollar la Dirección General de Economía Digital e Innovación, destinadas a impulsar la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas andaluzas, consiste en un programa de ayudas en especie para la prestación de servicios de acompañamiento a las empresas en materia de transformación digital dirigido a todas las pymes andaluzas.

Así, con el objetivo de extender esas ayudas en especie a las empresas del sector comercial específicamente y aprovechando los resultados obtenidos sobre las necesidades de digitalización de dichas empresas en la actuación anterior, se recoge en el VI PFICIA la actuación 1.1.4.1.: Asesoramiento y acompañamiento a PYMEs del sector comercial en la transformación digital de su negocio.

Partiendo del autodiagnóstico obtenido, se detectarán las necesidades de transformación digital de las PYMEs comerciales, entendiéndose que existen diferencias sustanciales entre las distintas empresas y que por tanto se hace indispensable la realización de estudios personalizados para cada una de ellas y, finalmente, se plasmarán en un plan o estrategia de transformación. A continuación, se irá reflejando la hoja de ruta a seguir y una serie de implantaciones de productos o servicios recomendables para alcanzarla incluyéndose el acompañamiento en la implantación para que tengan las máximas posibilidades de aprovechamiento.

Como ya se ha recogido más arriba, todo esto se llevará a cabo a través de una convocatoria de ayudas que actualmente se encuentra en activo y cuya información puedes consultar a través del siguiente enlace:

<https://juntadeandalucia.es/servicios/procedimientos/detalle/19982.html>

El pago de la subvención no supondrá ningún desembolso pecuniario en favor de la pyme beneficiaria, sino ayudas en especie para la ejecución de servicios de consultoría especializada para asesorar y acompañar a la pyme en el proceso de transformación digital del negocio.

Estos servicios personalizados incluirán un diagnóstico del nivel de madurez digital de la empresa, un Plan de Acción para la digitalización de una o más áreas del negocio (según la tipología de servicio) y la asistencia técnica para acompañar a la empresa en la implantación de las medidas prioritarias identificadas en dicho plan.

Los servicios serán prestados por la adjudicataria del contrato licitado por la Consejería y se corresponderán con una de las siguientes categorías:

a) Relación con la clientela. Servicio de consultoría para la definición y puesta en marcha de un Plan de Acción que introduzca a la empresa en el uso de medios digitales en la relación con la clientela.

b) Transformación 360. Servicio de consultoría para determinar el grado de madurez digital de la empresa y poner en marcha una hoja de ruta para avanzar en la transformación digital del negocio en todos sus ámbitos.

✓ Al margen del propio Plan, esta Dirección General ha puesto en marcha el programa “Nuevos Profesionales para la Economía Digital”, dirigido a jóvenes estudiantes de último curso universitario y regresados para su desarrollo profesional/empresarial/laboral proveyéndolos de nuevas capacidades o habilidades profesionales, cuya información se puede encontrar en el siguiente enlace: <https://www.andaluciaesdigital.es/web/tic2020/nuevos-profesionales>

Esta actuación, que repercute en el sector comercial directamente, tiene una finalidad similar a la “1.1.4.3: Itinerarios formativos en TICs. Sensibilización y formación en transformación digital para el sector comercio”, recogida en el VI PIFCIA.

✓ En Málaga, colaboran con un proyecto de apoyo al emprendimiento femenino para fomentar la digitalización y el emprendimiento en entornos rurales que se plantea ampliar a toda la región. Se puede acceder al contenido de esta actuación a través de los siguientes enlaces:

<https://juntadeandalucia.es/organismos/transformacioneconomicaindustriaconocimientoyuniversidades/areas/tic-telecomunicaciones/promocion-igualdad-genero.html>

<https://womandigital.es/>

✓ Por último, se puso en marcha un MOOC en Transformación Digital de 4 semanas de duración, con un contenido muy básico, para nada técnico, sobre tecnología que ayudan al día a día del negocio: <https://formacion.andaluciaesdigital.es/catalogo-cursos/-/acciones/ficha/14902>

**A.3.- El Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA)**, adscrito a la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, se pone a disposición de la mesa de trabajo del comercio rural a través de las siguientes actuaciones que repercuten en el sector comercial rural directa y específicamente:

✓ En primer lugar, prestar apoyo para la fijación del ámbito territorial aplicable. Siguiendo una metodología desarrollada por EUROSTAT el IECA difunde en su página web una clasificación de los municipios andaluces según su grado de urbanización, clasificándolos en ciudades, zonas de densidad intermedia y zonas rurales. Puede consultarse en la siguiente dirección:

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/gradourbanizacion/index.htm>

✓ En segundo lugar, apoyo para la obtención de información.

La información disponible generada por el Sistema Estadístico y Cartográfico de Andalucía está disponible en la web del IECA: [www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia](http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia)

El IECA prestará su apoyo en la detección de información existente y generación de tabulaciones específicas que sean demandadas por la DGC.

La actuación 2.3.1.1: Elaboración de un estudio específico de la oferta y la demanda comercial en las zonas rurales, la 3.3.1.1: Realización y difusión de estudios específicos de la oferta y la demanda comercial y la 3.1.2.1: Elaborar un Boletín estadístico de Comercio de Andalucía del VI PIFCIA mantienen una conexión directa con la actuación citada.

✓ En tercer lugar y en fase de desarrollo, la generación de indicadores, y en cuarto y último lugar, aún en desarrollo, la incorporación de información comercial al Visor de geolocalización

creado por el IECA como herramienta de análisis demográfico a través de la propuesta de esta Dirección General que incluiría a los siguientes formatos:

- ✓ Centros Comerciales Abiertos : debido a la pérdida de identidad y competitividad comercial de los centros urbanos por la gentrificación turística y/o el aumento de locales inactivos, que en muchos centros urbanos supera el 20% del total de locales existentes.
- ✓ Mercados de Abastos municipales: Para reforzar esta figura y así lograr su plena incorporación al contexto actual en el que se encuentran las políticas comerciales.
- ✓ Mercadillos Ambulantes: esta tipología constituye en Andalucía una actividad comercial muy importante, generadora de empleo y autoempleo, especialmente en los entornos rurales, donde viven más de 300.000 personas y su comercio sufre un importante déficit competitivo frente a los centros urbanos de mayor población y estructura comercial, al existir menos tiendas y un surtido más reducido.
- ✓ Establecimientos comerciales de primera necesidad: cumplen en muchas zonas de nuestra Comunidad Autónoma, una función social y vertebradora del territorio.

El objetivo de esta adaptación al ámbito comercial consistiría en localizar todos aquellos formatos de establecimientos comerciales citados anteriormente cuya actividad económica sea la siguiente: comercio minorista de alimentación, bebidas, productos y bienes de primera necesidad, establecimientos comerciales sanitarios, estaciones de repostaje (combustible) y alimentos para animales de compañía, parafarmacias, productos higiénicos, prensa, librería y papelería, material de construcción, ferreterías, electrodomésticos, estancos, equipos tecnológicos y de telecomunicaciones.

La tercera actuación, tiene una relación directa con las actuaciones 3.1.2.2 “Obtención de información para construir los indicadores de impacto” y 3.1.2.1: “Elaborar un Boletín estadístico de Comercio de Andalucía” del VI PFICIA., mientras que la cuarta y última la tiene con la actuación 2.3.1.1: “Elaboración de un estudio específico de la oferta y la demanda comercial en las zonas rurales, 3.3.1.1: “Realización y difusión de estudios específicos de la oferta y la demanda comercial” 3.1.2.1: “Elaborar un Boletín estadístico de Comercio de Andalucía”.

**A.4.-** La **Dirección General de Administración Local**, adscrita a la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, tiene en funcionamiento una herramienta denominada “Catálogo electrónico de procedimientos de la administración local cep@l”. Se trata de un recurso jurídico-procedimental en soporte electrónico, que ofrece a la persona o entidad usuaria una relación ordenada e individualizada de todos los procedimientos administrativos a través de los que organizan su actividad las entidades locales andaluzas, con independencia de su tipología, tanto en su ámbito interno como externo. Los procedimientos incluidos en cep@l cuentan con:

- Una ficha descriptiva, con los campos de información que los definen y caracterizan.
- La identificación de los distintos trámites y acciones que lo componen.
- Su esquema de tramitación y
- Los modelos y/o formularios estandarizados necesarios para su tramitación.

Esta herramienta no tiene una conexión directa con el sector comercial, sin embargo su incidencia en las zonas rurales la hace atractiva para las personas usuarias de la misma. Se puede acceder a toda la información disponible de esta actuación a través del siguiente enlace:

<https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/areas/administracion-local/catalogo-electronico-cepal.html>,

Por otra parte, esta Dirección General de Administración Local también ha puesto en marcha dos modalidades de subvenciones:

La primera de ellas, se publica en el B.O.J.A. mediante Orden de 19 de abril de 2021, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones a entidades locales, en régimen de concurrencia competitiva, destinadas a la adquisición de equipamiento y a la realización de actuaciones en edificios, edificaciones e instalaciones de titularidad pública, dentro del ámbito del Plan de Cooperación Municipal.

Aunque va dirigida a municipios de menos de 20.000 habitantes, muchos de los beneficiarios serán municipios pequeños por cuanto la despoblación es el criterio a valorar en estas ayudas de carácter competitivo. En concreto:

- 1) Densidad de población: entendida como número de habitantes con base en el padrón municipal de habitantes por kilómetro cuadrado, debiendo ser inferior a 20 habitantes por kilómetro cuadrado.
- 2) Crecimiento demográfico: entendido como la tasa de crecimiento relativo de la población en el periodo comprendido en los últimos 10 años con base en el padrón Municipal de habitantes, debiendo ser inferior al -10%.
- 3) Crecimiento vegetativo: entendido como el porcentaje que representa el saldo vegetativo (diferencia entre nacimientos y defunciones) sobre la población municipal en el periodo comprendido entre los últimos 10 años, debiendo ser menor al -60%, y
- 4) Índice de envejecimiento: entendido como el porcentaje que representa la población mayor o igual de 65 años respecto a la población menor de 20 años, debiendo ser superior al 150%.

La convocatoria ha sido publicada en el B.O.J.A. núm. 93 de 18 de mayo de 2021, mediante Resolución de 12 de mayo de 2021, de la Dirección General de Administración Local, cuya información se puede consultar a través del siguiente enlace: <https://juntadeandalucia.es/servicios/procedimientos/detalle/24451.html>

La segunda línea de ayudas, se dirige a entidades locales también de menos de 20.000 habitantes para financiar servicios públicos locales en situaciones de mayor demanda estacional o temporal y en otras situaciones extraordinarias, dentro del ámbito del Plan de Cooperación Municipal. Su información se puede consultar a través de: <https://juntadeandalucia.es/servicios/procedimientos/detalle/24452.html>

**A.5.- La Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo**, adscrita a la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local, ha puesto en marcha diversas herramientas que no teniendo una conexión directa con el sector del comercio rural puede incidir en zonas rurales de manera genérica. A continuación, se recoge una relación de las mismas:

✓ **Estrategia de Turismo Accesible e Inclusivo de Andalucía.** Con este proyecto se pretende garantizar la igualdad de oportunidades en el uso y disfrute de la oferta turística a todas las personas, haciendo de Andalucía un destino más competitivo y accesible para todos, así como, adecuar los establecimientos y destinos turísticos a las necesidades de las personas con discapacidad, mejorando la imagen de las empresas y del destino, que hagan de éste un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantice el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilite la interacción e integración del visitante con el entorno e incremente la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida del residente.

✓ **Cátedra de Turismo Interior de la Universidad de Jaén.** Ésta nace con el fin de promover la generación del conocimiento y la formación de calidad, necesarios para impulsar en la

provincia de Jaén y en el conjunto de Andalucía, nuevos modelos, herramientas y aptitudes para la planificación y gestión inteligente y sostenible del turismo interior que, a su vez, sirvan de referente a nivel nacional e internacional.

✓ **Foros de intercambio de conocimiento público privado a nivel andaluz (FIC)**, que vertebran todas las iniciativas y permitan afrontar eficazmente los nuevos retos y oportunidades que el medio rural y la Andalucía despoblada tienen ante sí, con la transformación del Sector Turístico y el mercado laboral y emprendedor tras el Covid-19.

✓ **Consultoría y asesoramiento a empresas** ofertadas por Andalucía Lab.

✓ **Subvenciones en materia de turismo: Fomento de los servicios turísticos y creación de nuevos productos en Andalucía** (modalidad crecimiento y consolidación – **PYMETUR**).

Concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva dirigidas a las microempresas, pequeñas y medianas empresas (PYME) andaluzas, con la finalidad de mejorar su competitividad y productividad, así como facilitar su modernización y las prácticas innovadoras que se pongan en marcha por las mismas.

**A.6.-** La **Secretaría General de Empleo y Trabajo Autónomo**, adscrita a la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo ha puesto en marcha dos actuaciones a lo largo del año 2020 que ni tienen una conexión directa en el sector comercial ni son exclusivas para zonas rurales, pero que podrían incidir en éstas últimas de forma genérica.

✓ En primer lugar, se convocaron unas ayudas en régimen de concurrencia no competitiva con un importe de 300 euros para autónomos y mutualistas afectados por la crisis del COVID-19, de conformidad con el artículo 5.1 del Decreto-Ley 9/2020, de 5 de abril, por el que se establecen medidas urgentes complementarias en el ámbito económico y social como consecuencia de la situación ocasionada por el coronavirus (COVID-19). La dotación presupuestaria de las mismas fue de un total de 50 millones de euros.

En el siguiente enlace se puede acceder a toda la información sobre la misma:

<https://juntadeandalucia.es/organismos/empleoformacionytrabajoautonomo/areas/medidas-covid19/pymes-autonomos/paginas/ayudas-300-autonomos.html>

✓ En segundo lugar, también se convocó una línea de subvenciones extraordinarias que tenían como finalidad favorecer el sostenimiento de la actividad económica de las personas por cuenta propia o autónomas, así como atenuar la pérdida de ingresos de aquéllas que desarrollan su actividad económica en establecimientos recreativos infantiles o de ocio nocturno. La cuantía dedicada a esta convocatoria fue de 14 millones de euros, con cargo al presupuesto de 2020 (9 millones de euros para la línea 1 y 5 millones de euros para la línea, existiendo dos líneas de ayudas:

- Línea 1: sostenimiento de la actividad económica de las personas trabajadoras por cuenta propia o autónomas afectadas por la situación ocasionada por el COVID-19, en general.
- Línea 2: sostenimiento de la actividad económica y atenuación de pérdidas de las personas trabajadoras por cuenta propia o autónomas afectadas por la situación ocasionada por el COVID-19, que desarrollan su actividad económica en alguna de las comprendidas en los códigos CNAE

5630 Establecimiento de bebidas y CNAE 9329 Otras actividades recreativas y de entretenimiento.

La información se recoge en el siguiente enlace:

<https://juntadeandalucia.es/organismos/empleoformacionytrabajoautonomo/areas/medidas-covid19/pymes-autonomos/paginas/ayudas-alquiler-autonomos.html>

✓ Por último, y aún en fase inicial, trabajan en una tercera actuación en relación con políticas activas de empleo, competencia del Servicio Andaluz de Empleo, se plantea el estudio de incentivos que fomenten la creación o el mantenimiento del empleo así como como la preparación de actuaciones de formación mediante licitación de contratos para el desarrollo de los cursos de formación.

**A.7.-** La **Fundación Pública Andaluza, Andalucía Emprende**, ha realizado en 2020 un conjunto de 23 actuaciones en el ámbito rural que podemos clasificar distinguiendo, en primer lugar, las dirigidas al sector empresarial, en general y, en segundo lugar, al sector comercial de forma específica. Del desarrollo de las mismas se desprende que la actividad de la Fundación en relación con la empresa rural tiene un impacto creciente, siendo superior el número de hombres al de mujeres que asisten este tipo de actuaciones, en la mayoría de las ocasiones. Sin embargo, desde la Fundación se intenta paliar esta circunstancia poniendo en práctica otras destinadas exclusivamente a la mujer emprendedora, empresaria y comerciante.

<b>ACTUACIONES EN EL ÁMBITO RURAL DIRIGIDAS AL SECTOR EMPRESARIAL</b>
ENCUENTRO VIRTUAL “MEDIDAS DE APOYO A LA EMPRESA COMO CONSECUENCIA DEL COVID-19”. GERENA. 20-04-2020 (SEVILLA)
ENCUENTRO VIRTUAL. MEDIDAS DE APOYO A LA EMPRESA COMO CONSECUENCIA DEL COVID.19. EL REAL DE LA JARA. 22-04-2020. (SEVILLA)
ENCUENTRO CON LA ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE GERENA. 30-09-2020 (SEVILLA)
LÍNEA DE INCENTIVOS A EMPRENDEDORES RURALES. CAMPILLO DE ARENAS. 26-02-2020 (JAÉN)
MEDIDAS A PYMES Y AUTÓNOMOS PARA FRENAR EL IMPACTO COVID19. CAMPILLO DE ARENAS. 04-05-2020 (JAÉN)
JORNADA EMPRENDIMIENTO RURAL. CAMPILLO DE ARENAS 06-05-2020. (JAÉN)
JORNADA INCENTIVOS A AUTÓNOMOS. JÓDAR. 25-02-2020. (JAÉN)
EXPERIENCIAS COVID. NUEVOS RUMBOS EMPRENDEDORES. PUENTE DE GÉNAVE. 29-04-2020 (JAÉN)
FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA EMPRESAS ANTE EL COVID 19. ARACENA. 29-05-2020. (HUELVA)
FUENTES DE FINANCIACIÓN PARA EMPRESAS ANTE EL COVID 19. CALA. 29-05-2020. (HUELVA)
ESPACIO DE ENCUENTRO ENTRE EMPRENDEDORAS “DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES RURALES” MINAS DE RIOTINTO. 15-10-2020. (HUELVA)
WEBINAR "ESTRATEGIA DIGITAL PARA PYMES" HINOJOSA DEL DUQUE. 21-07-2020. (CÓRDOBA)
ENCUENTRO VIRTUAL PARA EL DESARROLLO DE LA ALPUJARRA ALMERIENSE. ALHAMA DE ALMERÍA. 05-11-2020. (ALMERÍA)
FINANCIACIÓN A EMPRESAS: ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL. ALHAMA DE ALMERÍA. 10-07-2020. (ALMERÍA)

EL DESPOBLAMIENTO RURAL: INCENTIVOS PARA LA LUCHA CONTRA EL VACIAMIENTO DE LAS COMARCAS DE INTERIOR. ALHAMA DE ALMERÍA. 28-10-2020. (ALMERÍA)

ENCUENTRO VIRTUAL PARA EL DESARROLLO DE LA ALPUJARRA ALMERIENSE. LAUJAR DE ANDARAX. 05-11-2020. (ALMERÍA)

#### **ACTUACIONES EN EL ÁMBITO RURAL DIRIGIDAS AL SECTOR COMERCIAL**

AYUDAS PYMES COMERCIALES Y ARTESANAS. BEAS DE SEGURA. 16-06-2020. (JAÉN)

JORNADA ASESORAMIENTO PYMES COMERCIALES Y ARTESANAS. NAVAS DE SAN JUAN 17-06-2020 (JAÉN)

SESIÓN ASESORAMIENTO PYMES COMERCIALES Y ARTESANAS. PUENTE DE GÉNAVE. 16-06-2020. (JAÉN)

JORNADA ASESORAMIENTO PYMES COMERCIALES Y ARTESANAS. SANTISTEBAN DEL PUERTO. 17-06-2020 (JAÉN)

WEBINAR "ENCUENTRO VIRTUAL PARA EL FOMENTO DE LA DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS EN LOS SECTORES COMERCIO Y ARTESANÍA - APP ACÁ" VILLANUEVA DEL ARZOBISPO. 12-11-2020. (JAÉN)

WEBINAR AYUDAS COMERCIO 2020. CALA. 26-06-2020. (HUELVA)

"IMPULSO DIGITAL DEL COMERCIO LOCAL". ¿COMPETIR CON EL ENEMIGO O UNIRTE A ÉL? PEÑARROYA-PUEBLONUEVO. 02-12-2019. (CÓRDOBA)

También hay otras actuaciones realizadas por Andalucía Emprende, que aunque no tienen una repercusión directa en el comercio rural, si influyen de manera indirecta en el comercio y son las siguientes:

- Programa REINICIA: Pone en marcha la ZONA ON, un programa dirigido a 40 personas que se encuentran en situación de desempleo que necesitan encontrar un nuevo rumbo profesional y contemplan la posibilidad de emprender como salida profesional. Será un acompañamiento con una metodología 100% digital pero cercana, durante 5 semanas.

<https://www.andaluciaemprende.es/noticias/la-junta-lanza-un-programa-de-asesoramiento-para-ayudar-a-pymes-autonomos-y-emprendedores-a-reorientar-sus-negocios-para-afrontar-la-crisis/>

- Plataforma Emprende "Somos Emprende Network": Plataforma colaborativa impulsada por la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo para conectar a emprendedores y autónomos y ofrecerles recursos, documentación e información de valor para que puedan continuar con su actividad. <https://www.andaluciaemprende.es/noticias/somos-emprende-network-1700-personas-plataforma-colaborativa-emprendimiento-autonomos-ecosistema-emprendedor/>
- Canal Empezar TV: Primer canal digital en España dirigido a los autónomos para ayudar a las personas que emprenden un negocio o que están buscando nuevas vías de negocio para sus empresas, a usar las herramientas adecuadas para poner en marcha sus proyectos. Contarán en este canal digital con entrevistas, concursos, encuentros digitales y acciones de formación, entre otros contenidos, que les ofrecerán ideas útiles, información de actualidad y consejos, a través del asesoramiento de expertos y de la propia experiencia de otros profesionales autónomos y emprendedores con proyectos de éxito.

<https://www.andaluciaemprende.es/noticias/empleo-lanza-el-primer-canal-de-tv-digital-dirigido-a-autonomos-emprendedores-y-pymes/>

**A.8.- La Dirección General de Formación Profesional**, adscrita a la Consejería de Educación y Deporte de la Junta de Andalucía, tiene en marcha las siguientes actuaciones :

- ✓ La primera de ellas, que repercute en el sector comercial rural directa y específicamente consiste en la mejora de las cualificaciones profesionales a través de potenciar dos vías:
  - Los ciclos formativos de la familia profesional de Comercio y Marketing (Formación Profesional Básica, Grado Medio y Grado Superior) en las zonas rurales para formación especializada en el sector.
  - La Formación Profesional Dual, donde la formación del alumnado se realiza de manera compartida entre el centro educativo y empresa.

La actuación referente a la convocatoria de proyectos de formación profesional dual está regulada por Orden de la Consejería de Educación y Deporte que se publica anualmente. Se adjunta enlace de la información de la última convocatoria en abierto:

<https://juntadeandalucia.es/servicios/procedimientos/detalle/24912.html>

- ✓ Por otro lado, esta Dirección General dispone de una segunda actuación que consiste en la evaluación y acreditación de las competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral mediante el Programa Acredita 2022, a través del Instituto de Cualificación Profesional (IACP) y que está regulada en Andalucía mediante la Orden de 8 de junio de 2021, conjunta de la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo, y de la Consejería de Educación y Deporte y por la Resolución de 23 de junio de 2021, conjunta de la Dirección General de Formación Profesional para el Empleo de la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo y de la Dirección General de Formación Profesional de la Consejería de Educación y Deporte, por la que se determinan los centros sedes del procedimiento de evaluación y acreditación de las competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral o de vías no formales de formación, así como otros aspectos sobre el desarrollo del procedimiento.

A través del siguiente enlace se puede acceder a toda la información necesaria para conocer el procedimiento:

<https://portals.ced.junta-andalucia.es/educacion/portals/web/iacp/detalle/-/contenidos/detalle/acredita-2022-convocatoria-abierta>

**A.9.- La Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria**, adscrita a la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible plantea la necesidad de aprovechar la sinergia existente entre la definición de ámbito territorial que se plantea en la Mesa de trabajo (definición de área rural establecida en el POTA) y los “Grupos de Desarrollo Rural” que ellos utilizan y, que pueden ayudar a definir las subvenciones que se gestionan en el medio rural de Andalucía.

Las ayudas del Programa LEADER, son gestionadas por esta Dirección General a través del Servicio de Programas de Desarrollo Rural y el período actual de implementación de las mismas, que están cofinanciadas por FEADER, se incardina en el Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020(en adelante PDR). El enlace de acceso directo es el siguiente:

Los datos facilitados por esta Dirección General de las ayudas concedidas en las convocatorias 2017 y 2018, dentro de la submedida 19.2 del PDR 2014-2020 de Andalucía (LEADER), con una adecuación a la definición de área rural establecida en el POT, la cual contempla 6 áreas rurales (Redes de Asentamientos en Áreas Rurales), desagregados hasta el cierre del ejercicio presupuestario de 2020 son los siguientes:

DEFINICIÓN DE ÁREA RURAL ESTABLECIDA EN EL POT	GRUPOS DE DESARROLLO RURAL DE LAS ZRL DE ANDALUCÍA	Nº DE AYUDAS CONCEDIDAS EN LAS CONVOCATORIAS ZRL 2017/2018 (Hasta Diciembre de 2020)	Nº DE AYUDAS PARA AYUNTAMIENTOS Y OTRAS ENTIDADES	Nº AYUDAS A PYMES (*)	Nº AYUDAS A PYMES PERSONA FÍSICA HOMBRE	Nº AYUDAS A PYMES PERSONA FÍSICA MUJER	IMPORTE DE LAS AYUDAS CONCEDIDAS (€)	INVERSIÓN SUBVENCIÓN (€)	LÍNEAS DE AYUDA CUYOS PROYECTOS PUEDEN REPERCUTIR EN EL SECTOR COMERCIAL
Alpujarras-Sierra Nevada	AL02 / GR01	85	48	37	10	7	3.228.561	4.805.685	Ver tabla inferior
Andévalo y Minas	HU01/ HU04	46	34	12	0	3	2.261.161	3.342.045	Ver tabla inferior
Cazorla, Segura, Las Villas y Mágina	JA04 /JA05 / JA06	70	46	24	7	5	4.893.984	7.269.986	Ver tabla inferior
Sierra de Aracena	HU05	42	11	31	5	8	1.318.757	2.406.487	Ver tabla inferior
Sierra Norte de Sevilla	SE04 / SE08	71	22	49	13	9	2.411.059	4.187.885	Ver tabla inferior
Valle del Guadiato - Los Pedroches	CO04 / CO07	50	25	25	9	1	1.635.500	2.669.023	Ver tabla inferior

**TABLA INFERIOR: LÍNEAS DE AYUDAS EN LAS EDL DE LAS ZONAS RURAL LEADER DE ANDALUCÍA**

<b>Alpujarras-Sierra Nevada</b>	<b>AL02</b>	<b>OGBPS1</b>	Líneas de ayudas para apoyar la creación, modernización y ampliación de empresas del sector agrario, agroalimentario (a pequeña escala) y forestal. que favorezcan la creación, consolidación y mantenimiento de empleo.
<b>AL02_GDR Alpujarra - Sierra Nevada Almeriense</b>	<b>AL02</b>	<b>OGBPS3</b>	Líneas de ayudas para la creación, ampliación y modernización de empresas (industria no agroalimentaria, comercio y servicios no turísticos) que favorezcan la creación, consolidación y mantenimiento de empleo
<b>GR01_GDR de la Alpujarra - Sierra Nevada Granada</b>	<b>AL02</b>	<b>OGBPS4</b>	Líneas de ayudas para la creación, ampliación y modernización de infraestructuras, empresas y servicios turísticos, que favorezcan la creación, consolidación y mantenimiento de empleo
	<b>AL02</b>	<b>OGPS3</b>	Línea de ayudas para la creación, ampliación y modernización de empresas (industria no agroalimentaria, comercio y servicios) que favorezcan la creación, consolidación y mantenimiento de empleo.
	<b>AL02</b>	<b>OGPS5</b>	Línea de ayudas para la creación, ampliación, modernización y/o mejora de empresas del sector agrario que favorezcan la creación, consolidación y mantenimiento de empleo.

<b>Andévalo y Minas</b>	<b>HU01</b>	<b>OG1PS2</b>	Apoyo a la creación, modernización y ampliación de agroindustrias.
<b>HU01_GDR del Andévalo Occidental</b>	<b>HU04</b>	<b>OG1PS1</b>	Apoyo a la creación y modernización de empresas que presten servicios a la economía y población comarcal.
<b>HU04_GDR de la Cuenca Minera de RíoTinto</b>	<b>HU04</b>	<b>OG2PP4</b>	Información, promoción y actividades vinculadas con el desarrollo endógeno del medio rural.

<b>Cazorla, Segura, Las Villas y Mágina</b>	<b>JA04</b>	<b>OG2PP1</b>	Modernización y adaptación de los municipios rurales, incluyendo la creación y mejora de infraestructuras y servicios para la calidad de vida y el desarrollo socioeconómico del medio rural. Ayudas a las inversiones en servicios básicos y pequeñas infraestructuras.
<b>JA04_GDR de la Sierra de Cazorla</b>	<b>JA04</b>	<b>OG2PP4</b>	Agrosostenibilidad: Form., capacit. e inform. en la innov. y gestión sosten. agraria, forestal y aliment. Mejora de los canales cortos de prod. locales. Aliment. Intelig. Prod. Sosten. y ecológ., prod. locales, diversif. de cultivos y del olivar. Coop. Horiz. y vertical cadenas cortas de distrib. y fom. de mercados locales. Edu.ambiental.

<b>JA05_GDR de la Sierra de Segura</b>	<b>JA05</b>	<b>OGBPP5</b>	Formación y cualificación de los sectores productivos para su empleabilidad y adaptación a los cambios, especialmente de mujeres, jóvenes y población en riesgo de exclusión
<b>JA06_GDR de la Sierra Mágina</b>	<b>JA05</b>	<b>OGBPS1</b>	Creación, ampliación y modernización del tejido empresarial de los sectores productivos, industria (no agroalimentaria), comercio, servicios y turismo que favorezcan la creación, consolidación y mantenimiento de empleo por cuenta propia y ajena.
	<b>JA05</b>	<b>OGBPS2</b>	Creación, ampliación y modernización del tejido empresarial de los sectores productivos, agrario, agroalimentario y forestal que favorezcan la creación, consolidación y mantenimiento de empleo por cuenta propia y ajena.

<b>Sierra de Arcena</b>	<b>HU05</b>	<b>OG1PP1</b>	Acciones de promoción de productos o servicios no agrarios, alimentarios o forestales.
<b>HU05_GDR de la Sierra de Arcena y Picos de Aroche</b>	<b>HU05</b>	<b>OG1PS2</b>	Apoyo a la creación y modernización de PYMES del sector alimentario, facilitando el acceso de las mujeres y la juventud

<b>Sierra Norte de Sevilla</b>	<b>SE04</b>	<b>OG1PS1</b>	Actividades de creación y mejora de competitividad y sostenibilidad de empresas destinadas a la producción, transformación, comercialización de productos agrarios y/o alimentarios.
<b>SE04_GDR del Corredor de la Plata</b>	<b>SE04</b>	<b>OG2PS1</b>	Apoyo a la creación, diversificación y mejora de la competitividad de entidades que presten servicios a la economía y a la población rural.
<b>SE08_GDR de la Sierra Morena Sevillana</b>	<b>SE08</b>	<b>OG1PS1</b>	Creación y mejora de la competitividad de las empresas destinadas a la producción, transformación y comercialización de productos agrarios y/o alimentarios y forestales.
	<b>SE08</b>	<b>OG1PS1</b>	Creación y Mejora de la competitividad de las empresas destinadas a la producción, transformación y comercialización de productos agrarios y/o alimentarios y forestales
	<b>SE08</b>	<b>OG1PS3</b>	Creación y mejora de la competitividad y de la sostenibilidad de las PYMES rurales, exceptuando a los sectores agrario, alimentario y forestal

<b>Valle del Guadiato - Los Pedroches</b>	<b>CO04</b>	<b>OGA2PP2</b>	Actividades que refuercen la identidad comarcal a través de la promoción, estudio y/o divulgación del acervo y de los productos endógenos de los Pedroches
<b>CO04_GDR de Los Pedroches</b>	<b>CO04</b>	<b>OGB1PS1</b>	Creación y mejora de la competitividad y de la sostenibilidad de las empresas destinadas a la producción, transformación y comercialización de productos agrarios y/o alimentarios.
<b>CO07_GDR del Alto Valle del Guadiato</b>	<b>CO04</b>	<b>OGB1PS1</b>	Creación y mejora de la competitividad y de la sostenibilidad de las empresas destinadas a la producción, transformación y comercialización de productos agrarios y/o alimentarios.
	<b>CO04</b>	<b>OGB5PS1</b>	Creación y mejora de la competitividad y la sostenibilidad de las PYME rurales.
	<b>CO04</b>	<b>OGB6PS1</b>	Creación y mejora de PYME rurales para disminuir la segregación (vertical y horizontal) por razón de género en el empleo y/o cuando el beneficiario/a de la ayuda sea una persona joven y/o tenga la propiedad de la empresa en al menos un 50%.
	<b>CO07</b>	<b>OG1PS1</b>	Desarrollo y diversificación de la economía comarcal y dotación de servicios básicos que mejoren la calidad de vida y eviten la exclusión social

**A.10.-** El **Instituto Andaluz de la Mujer (en adelante IAM)**, adscrito a la Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación, plantea en la primera sesión constitutiva de la mesa, en referencia al papel de la mujer en las zonas rurales que existe una mayor dificultad para el colectivo de mujeres en tareas tanto en el sector comercial como en el sector agrario y que aunque gestionan el 80-85% de los comercios, la titularidad de los mismos no les corresponde a ellas.

En base a esto, el IAM aporta una relación de ideas para luchar contra los problemas planteados, tales como:

- Corregir la brecha digital.
- Fomentar la difusión on line y el marketing digital, facilitando formación previa y con continuidad en el tiempo.
- Fomentar el cambio de roles y aplicar la discriminación positiva a favor de las mujeres.
- Disminuir los problemas en el transporte en las zonas rurales.
- Fomentar el comercio justo.
- Fomentar el comercio internacional a través de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
- Fomentar, para ser más competitivos, las cooperativas y los Centros Comerciales Abiertos (en adelante CCAs) y la figura de quién los dirija.
- Por ultimo, crear una Plataforma de Comercio Rural.

**A.11.-** La **Dirección General de Movilidad**, adscrita a la Consejería de Fomento, Infraestructuras y Ordenación del Territorio, está trabajando en el desarrollo de varias actuaciones que tienen una repercusión directa en zonas rurales aunque sin una conexión directa con el sector comercial andaluz:

✓ Construcción e instalación de marquesinas, apeaderos e intercambiadores de transporte público.

✓ Acuerdo de 12 de enero de 2021, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la formulación de la Estrategia Andaluza de Movilidad y Transporte Sostenibles 2030:<https://juntadeandalucia.es/boja/2021/9/2>

✓ Programa de marquesinas, apeaderos e intercambiadores de transporte público.

**A.12.-** La **Dirección General de Ordenación del Territorio y Urbanismo**, adscrita a la Consejería de Fomento, Infraestructuras y Ordenación del Territorio ha puesto en marcha dos actuaciones que tienen incidencia en zonas rurales aunque no una conexión directa con el sector comercial rural.

✓ En primer lugar, se ha elaborado la Ley 7/2021, de 1 de diciembre, de impulso para la sostenibilidad del territorio de Andalucía, producto de la fusión de la Ley 7/2002, de 17 de diciembre, de Ordenación Urbanística de Andalucía y de la Ley 1/1994, de 11 de enero, de Ordenación del Territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Es una Ley de ámbito autonómico y su impacto sobre la población es de amplio alcance para los distintos niveles de redes de ciudades (Centros Regionales, Ciudades Medias o Centros Rurales) establecidos en el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA).

La citada Ley de impulso para la sostenibilidad del territorio de Andalucía, fue aprobada en el Parlamento de Andalucía y publicada en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía núm. 233, de 3 de diciembre de 2021, entrando en vigor a los 20 días de su publicación en el B.O.J.A. Se puede acceder a su contenido a través del siguiente enlace: [https://juntadeandalucia.es/eboja/2021/233/BOJA21-233-00135-19403-01\\_00251661.pdf](https://juntadeandalucia.es/eboja/2021/233/BOJA21-233-00135-19403-01_00251661.pdf)

Su impacto en el ámbito rural es igualmente de amplio alcance toda vez que sus determinaciones normativas afectan al conjunto del territorio andaluz. En cuanto al comercio rural, en particular, al igual que el resto de las actividades económicas, el impacto vendrá establecido por las determinaciones normativas en relación a la simplificación de los procedimientos y a la regulación de los usos en dichas áreas rurales.

✓ En segundo lugar, esta Dirección General trabaja en la redacción de los Planes de Ordenación del Territorio Subregionales y Revisión de los actualmente vigentes, así como del Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA). También en tramitación, esta actuación afecta al POTA y al conjunto de POTs redactados, o bien en proceso de redacción o revisión, o bien que se vayan iniciando, y en especial aquellos incluidos en zonas de interior en las que se ubican las Unidades Territoriales de las Redes de Asentamientos en Áreas Rurales, establecidas en el POTA. Igualmente estas actuaciones afectan a las poblaciones pequeñas del entorno de las grandes ciudades de los Centros Regionales y Ciudades Medias, que componen el medio rural circundante a dichas redes.

Su impacto en el ámbito rural es igualmente de amplio alcance toda vez que las determinaciones de planificación afectan tanto al suelo urbano como al suelo rústico. En cuanto al comercio rural, en particular, el impacto viene determinado por los objetivos que se establezcan en relación fundamentalmente al Modelo de Ciudad, y respecto del fomento de la actividad comercial a través de las estrategias territoriales de diversificación de usos que se ordenen, así como en cuanto a los sistemas de comunicaciones y transportes que contribuyan a la mejora de la accesibilidad, y con ello, al desarrollo de las actividades comerciales, entre otras, en el ámbito rural.

## B) Otras entidades participantes.

**B.1.-** Desde las Cámaras de Comercio andaluzas y el Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, se han puesto en funcionamiento diversas actuaciones que, no teniendo una conexión exclusiva con el sector del comercio rural, están destinadas al comercio en su conjunto. Son las siguientes:

✓ **Plan de Comercio Minorista**, recogido en la actuación 1.2.1.2. del VI PFICIA, está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea y por la Dirección General de Política Comercial del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y tiene como objetivo contribuir a la mejora de la competitividad del sector comercial por su especial relevancia en el tejido económico y su efecto en la creación de empleo. Las actuaciones que desarrolla tienen como finalidad el fomento de la innovación empresarial y la adaptación a las nuevas fórmulas comerciales y hábitos de consumo, la capacitación en habilidades comerciales, la dinamización de las ventas en las zonas comerciales, la revitalización comercial de áreas y equipamientos comerciales y el impulso de la digitalización y del uso de nuevas tecnologías, incorporando la sostenibilidad como eje transversal. A continuación, se enumeran las actuaciones realizadas:

- **Diagnósticos de Innovación Comercial:** Realización de diagnósticos individualizados a pymes de comercio mediante un análisis sistematizado del establecimiento comercial, con el fin de proporcionar al comerciante una serie de recomendaciones de carácter estratégico, innovador y digital, para la renovación y optimización de la gestión de su establecimiento.
- **Jornadas Divulgativas:** Acciones colectivas de sensibilización y capacitación, con el objeto de incentivar y mejorar las habilidades de las pymes comerciales en diferentes áreas o materias estratégicas.
- **Dinamización Comercial:** Desarrollo de acciones promocionales innovadoras dirigidas a incentivar el consumo y las ventas en los diferentes subsectores de actividad, en los ejes comerciales, en los centros comerciales abiertos, en los mercados municipales y en campañas de promoción de ventas en el pequeño comercio.
- **Mejora de la competitividad de las áreas comerciales urbanas y de los equipamientos comerciales:** Convocatoria pública para otorgar ayudas a la realización de proyectos de inversión e incorporación de soluciones tecnológicas que conlleven transformación en los equipamientos singulares minoristas.

En el año 2020, las Cámaras andaluzas junto con el Consejo Andaluz de Cámaras, han alcanzado los siguientes indicadores:

- **Diagnósticos de Innovación Comercial:** 122 Diagnósticos
- **Jornadas Divulgativas:** 50 Jornadas con 2.031 asistentes
- **Dinamización Comercial:** 28 actuaciones con 4.190 comercios beneficiados
- Ayudas a la realización de proyectos de inversión e incorporación de soluciones tecnológicas que conlleven transformación en los equipamientos singulares minoristas que tengan como finalidad la adopción de acciones especiales de modernización comercial en las áreas comerciales en zonas de gran afluencia turística, la mejora de la oferta comercial y adaptación a nuevas formas de venta, así como la rehabilitación integral e incorporación de soluciones tecnológicas en mercados municipales singulares.

Muchas de estas actuaciones han tenido lugar en el medio rural directamente y otras en capitales de provincia.

### INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LAS ACCIONES COLECTIVAS

JORNADAS				
FECHA	NOMBRE JORNADA	LUGAR CELEBRACIÓN	ÁREA TEMÁTICA	NÚM. ASISTENTES
09/09/20	Actuaciones divulgativas sobre jornadas demostrativas de experiencias innovadoras "casos de éxitos"	OLULA DEL RÍO	Jornadas demostrativas	12
15/09/20	Actuaciones divulgativas sobre jornadas demostrativas de experiencias innovadoras "casos de éxito"	ALMERÍA	Jornadas demostrativas	7
23/09/20	Actuaciones divulgativas sobre jornadas demostrativas de experiencias innovadoras "casos de éxito"	HUERCAL OVERA	Jornadas demostrativas	20
18/11/20	Como diversificar los canales de comercialización de tus productos	PROVINCIA ALMERÍA	Comercio electrónico	15
19/11/20	Como fidelizar al cliente mediante una campaña de dinamización comercial	PROVINCIA ALMERÍA	Turismo compras	10
24/11/20	Fotografía Publicitaria	PROVINCIA ALMERÍA	Marketing digital	25
24/10/20	WhatsApp para sumar clientes y fidelizarlos	ANDÚJAR	Cliente digital	18
26/10/20	Mejora del posicionamiento de tu comercio en Internet	ANDÚJAR	Marketing digital	16
21/11/20	Claves para publicar como empresa en la red de más éxito: Instagram	ANDÚJAR	Cliente digital	23
28/11/20	Vender a través de Amazon	ANDÚJAR	Comercio electrónico	17
17/11/20	Cómo gestionar las redes sociales de tu negocio	CÁDIZ	Marketing digital	53
24 y 25/11/2020	La imagen vende: introducción a la fotografía para redes sociales	CÁDIZ	Comercio electrónico	61
12/11/20	Redes sociales y el uso del whatsapp para pequeños comercios	CAMPO DE GIBRALTAR	Marketing digital	39
18/11/20	El pequeño comercio frente al covid-19	CAMPO DE GIBRALTAR	Técnicas venta, experiencias compra	22
14/10/20	Recupera tus ventas a través de WhatsApp	CÓRDOBA	Marketing digital	50
21/10/20	Marketing low cost para competir con los grandes	POZOBLANCO	Marketing digital	15
22/10/20	Video Marketing. Videos cortos para atraer clientes y vender on line	CÓRDOBA	Marketing digital	48
28/10/20	Instagram para comerciantes	CÓRDOBA	Marketing digital	51
17/11/20	El cliente digital: Cómo busca en Google y cómo hacer que te encuentre	CÓRDOBA	Cliente digital	37
06/10/20	Claves para publicar como empresa en la red de más éxito: Instagram	GRANADA	Marketing digital	60
13/10/20	Whatsapp marketing para sumar clientes y fidelizarlos	GRANADA	Marketing digital	55

FECHA	NOMBRE JORNADA	LUGAR CELEBRACIÓN	ÁREA TEMÁTICA	N.º ASISTENTES
20/10/20	Smart marketing para acelerar negocios #1: web & posicionamiento	GRANADA	Marketing digital	44
22/10/20	Smart marketing para acelerar negocios #2: redes sociales y publicidad digital	GRANADA	Marketing digital	47
27/10/20	Nuevos hábitos de consumo, nuevos hábitos de venta	GRANADA	Cliente digital	36
03/11/20	Errores y buenas prácticas para una comunicación eficiente con la clientela	GRANADA	Técnicas venta, experiencias compra	31
10/11/20	Creación de contenidos para Instagram Stories	GRANADA	Marketing digital	55
17/11/20	Visual Thinking	GRANADA	Marketing digital	37
21/10/20	Marketplace Dtiendas Linares. Webinar1: ¿Por qué vender online?	LINARES	Comercio electrónico	87
22/10/20	Marketplace Dtiendas Linares. Webinar2: ¿Cómo vender online?	LINARES	Comercio electrónico	94
19/11/20	Aumenta tus ventas con Instagram	MÁLAGA	Marketing digital	73
24/11/20	Haz crecer tu comercio con WhatsApp	MÁLAGA	Marketing digital	61
19/11/20	Claves para publicar como empresa en Instagram	MOTRIL	Marketing digital	42
23/10/20	Recupera tus ventas con estados de whatsapp - 1	SEVILLA	Marketing digital	23
05/11/20	Recupera tus ventas con estados de whatsapp - 2	SEVILLA	Marketing digital	22
06/11/20	Videos cortos para atraer y recuperar clientes	SEVILLA	Marketing digital	26
09/11/20	Ventas con videos para el comercio minorista	SEVILLA	Marketing digital	20
20/11/20	Venta directa sin intermediarios con redes sociales de forma gratuita	SEVILLA	Marketing digital	21
26/11/20	Instagram orientado a ventas para el comercio minorista	SEVILLA	Marketing digital	18
27/11/20	Atrae a clientes digitales desde las redes a tu whatsapp	SEVILLA	Marketing digital	16
30/11/20	Como crear una red de apoyo entre comercios minoristas para ventas	SEVILLA	Marketing digital	11
04/11/20	Atención al Cliente en el Comercio Minorista	SEVILLA	Técnicas venta, experiencias compra	48
05/11/20	Diseño Gráfico para el Comercio Minorista	SEVILLA	Marketing digital	93
09/11/20	Experiencia de Compra en el Comercio Minorista	SEVILLA	Técnicas venta, experiencias compra	29
12/11/20	Digitalización en el Comercio Minorista	SEVILLA	Cliente digital	39
13/11/20	Presencia Digital del Comercio Minorista	SEVILLA	Cliente digital	51
16/11/20	Venta Online para el Comercio Minorista	SEVILLA	Comercio electrónico	57
18/11/20	Nuevos Clientes Digitales para el Comercio Minorista	SEVILLA	Cliente digital	50
20/11/20	Posicionamiento para el Comercio Minorista	SEVILLA	Marketing digital	86
23/11/20	Email Marketing para el Comercio Minorista	SEVILLA	Marketing digital	62
24/11/20	Redes Sociales en el Comercio Minorista	SEVILLA	Marketing digital	98
<b>TOTAL: 50 JORNADAS</b>				<b>2031</b>

<b>DINAMIZACIÓN COMERCIAL</b>			
<b>NOMBRE ACTUACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>LUGAR</b>	<b>NÚM. COMERCIOS BENEFICIARIOS</b>
ALCOM & Asociación El Arriero Centro Comercial Abierto de Albox & Centro Comercial Abierto de Adra & Centro Comercial Abierto Almería Centro & Centro Comercial Abierto Vera & Centro Comercial Abierto de Olulla del Río (5 Actuaciones)	Nuevas funcionalidades en Plataforma AlComercio. Actuaciones de Actuaciones de Capacitación en herramientas digitales. Acciones diversas dinamización	ALMERÍA	300
Editorial para la promoción del Comercio de Andújar	Promoción del comercio de Andújar en una doble vertiente para promocionar el comercio de proximidad, más cercano con atención personalizada y profesional y por otro lado llegar directamente al cliente potencial hasta su móvil u ordenador, principal vía de captación de clientes actual, a través de fotografías y vídeos que capten su atención y favorezcan el conocimiento del establecimiento e incentiven la compra.	ANDÚJAR	250
Medidor clientes reales en promociones de Cabra	Obtención de indicadores fiables para promociones realizadas	CABRA (CÓRDOBA)	100
La semana del Centro Comercial Abierto Centro Córdoba	Campañas de comunicación y promoción, fomentando la vuelta y las ventajas del comercio tradicional para los consumidores.	CÓRDOBA	68
Tarjeta Web Fidelización clientes	Video promocional, cartel informativo, difusión en RRSS informado de la nueva tarjeta y sus ventajas	LUCENA (CÓRDOBA)	280
Campaña dinamización Montilla	Impulso a las redes sociales y a los medios digitales para crear un escaparate práctico donde cualquier ciudadano y posible consumidor, pueda acceder para enterarse de las ofertas, rebajas, promociones, productos y servicios que ofrecen los comercios de Montilla	MONTILLA (CÓRDOBA)	120
Campaña "Consume en Montoro, Consume en tus Tiendas de Confianza	Promoción y dinamización comercio local	MONTORO (CÓRDOBA)	130

FECHA	NOMBRE JORNADA	LUGAR CELEBRACIÓN	ÁREA TEMÁTICA
Campaña Buscando a mascota "Chaparrito"	Se realizarán grabaciones de 360° en cada establecimiento y cada día se publicarán tres de ellos en Facebook, teniendo que acertar en cuál se encuentra nuestra mascota, que previamente se habrá escondido en uno de los tres locales.	POZOBLANCO (CÓRDOBA)	180
App Comercio Puente Genil	Creación App de descuentos	PUENTE GENIL (CÓRDOBA)	83
Posicionamiento Digital Viñuela	Incremento de visibilidad de comercios	VIÑUELA (CÓRDOBA)	100
Conoce los comercios de tu Centro	Concienciar al consumidor sobre la necesidad de comprar en los establecimientos de proximidad.	GRANADA	20
Campaña Marketing Digital	Campaña para la concienciación de la población de los beneficios de comprar en el comercio de su localidad	HUETOR TAJAR (GRANADA)	200
Productos elaborados en Loja	Campaña para el consumo de productos locales	LOJA (GRANADA)	30
Coworking Fashion	Encuentro de moda y comercio entre comerciante, distribuidores y compradores, a través de Desfiles, Coworking, redes sociales.	JEREZ DE LA FRONTERA	150
Market Place Dtiendas Linares	Creación de market place que ofrece todas las herramientas tecnológicas necesarias para afrontar el proceso estratégico de transformación digital del ecosistema del Centro Comercial Abierto de Linares	LINARES	200
Fideliza Antequera	Mejora e incorporación de nuevas funcionalidades de APP y acciones de marketing digital	ANTEQUERA (MÁLAGA)	150
Benalmadena	Mejora e incorporación de nuevas funcionalidades de APP y acciones de marketing digital	BENALMÁDENA (MÁLAGA)	600
¿Las compras a casa o al Hotel? #telollevamos	Actuación promoción	MÁLAGA (CENTRO HISTÓRICO)	125
Web del juego "Cruzmpoly".	Diseño e implementación web del juego "Cruzmpoly". Campaña para incentivar el incremento de ventas.	MÁLAGA (CRUZ HUMILLADERO)	100
Campaña Casco Antiguo Marbella	Campaña digital para reactivar las ventas en los establecimientos físicos del Casco Antiguo de Marbella en base a un análisis del target e investigación de mercado y benchmarking	MARBELLA (MÁLAGA)	400

FECHA	NOMBRE JORNADA	LUGAR CELEBRACIÓN	ÁREA TEMÁTICA
Entorno Virtual Comercio y Geolocalización de compra en Nerja	Plan de marketing y geolocalización de comercios	NERJA (MÁLAGA)	120
Campaña Ronda Destino de compras	Promoción Ronda como destino de compras a nivel nacional	RONDA (MÁLAGA)	299
Torremolinos Free Wifi	Puesta a disposición de Wifi gratuito con los beneficios que ello supone para el comercio	TORREMOLINOS (MÁLAGA)	135
Campaña comunicación Motril	Campaña para la dinamización del comercio local	MOTRIL	50
<b>TOTAL: 28 ACTUACIONES</b>			<b>4190</b>

Para la edición del año 2021, con un presupuesto de 683.697,00 €, se ha aprobado el siguiente Plan de Trabajo:

- Diagnósticos de Innovación Comercial: **113** Diagnósticos y un presupuesto de **135.600,00 €**.
- Acciones de Capacitación de Innovación: **90** talleres y un presupuesto de **135.000,00 €**.
- Dinamización de CCA, con un presupuesto de **413.097,00 €**.

Toda la información sobre este Programa se recoge en la siguiente dirección:

<https://www.camarasandalucia.com/programa-de-apoyo-al-comercio-minorista/>

✓ **PROCOM II**. Es la segunda edición del proyecto PROFESIONALES DEL COMERCIO y tiene por objeto trabajar con desempleados, preferentemente mujeres, fomentando el emprendimiento, capacitándolos y facilitándoles herramientas para su desarrollo profesional e incorporación al mercado laboral, bien por cuenta propia poniendo en marcha un establecimiento comercial, o por cuenta ajena trabajando en un comercio.

PROCOM II, es un proyecto financiado por el Fondo Social Europeo 2014-2020 enmarcado en el Programa de Fomento del Autoempleo y las Iniciativas Empresariales que se diseña para ofrecer una formación especializada en las distintas áreas que afectan a un establecimiento comercial. En su convocatoria 2020 Andalucía de la Fundación INCYDE en el marco del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación, participan las Cámaras de Almería, Andújar, Granada, Huelva, Linares, Málaga, Sevilla y el Consejo Andaluz de Cámaras.

Se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- Jornadas de sensibilización (8).
- Acciones formativas (8 con 20 alumnos máximo cada una).
- Compromisos de inserción (por cuenta propia o ajena).

Enlace acceso: <http://procom.camarasandalucia.com/el-proyecto/>

✓ **TICs Cámaras.** Es un proyecto que consiste en una convocatoria extraordinaria de ayudas directas a pymes y autónomos cuyo objetivo es aportar soluciones para mejorar la competitividad del negocio a través de la incorporación de nuevas tecnologías, y cuyo contenido se puede consultar en el siguiente enlace: <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/ticcamaras>

✓ **Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM).** Se trata de un programa financiado a través de los Fondos FEDER y la Secretaría de Estado de Igualdad y contra la violencia de género del Ministerio de Igualdad. Ofrece asesoramiento especializado y acceso a una financiación en condiciones ventajosas. Creado en 2011, se ha consolidado durante todos estos años como un instrumento de apoyo eficaz y valioso para mujeres emprendedoras y empresarias, teniendo por objetivos el promover la igualdad entre mujeres y hombres, fomentar la sensibilización de la mujer y su entorno hacia el autoempleo y la empresa y consolidar el éxito de las mujeres empresarias.

Todo el territorio andaluz puede acceder a los beneficios de este Programa, incluidas las zonas rurales ya que cuenta con 13 puntos presenciales en Andalucía. Igualmente, se puede acceder on-line, a través de la web: <https://empresarias.camara.es/>

El éxito de este programa radica en el elevado número de empresas creadas a través del mismo. En el período comprendido entre 2010 y 2019, se atendieron a un total de 18.600 mujeres, creándose 3.500 empresas lideradas por mujeres. A estas cifras hay que sumar las correspondientes a 2020, donde se atienden a un total de 929 mujeres y se crean 141 empresas.

El perfil de las mujeres que crean estas empresas corresponde a una mujer de 35-45 años de edad, desempleada; correspondiendo el 26% de las empresas creadas al sector comercial de las cuales un 6% pertenecen al medio rural.

✓ Por último, el Consejo Andaluz de Cámaras interviene junto al IECA, como órganos colaboradores de la D.G. de Comercio, en la elaboración de un estudio que tiene en cuenta la oferta comercial existente en Andalucía según variables como la perspectiva territorial, el subsector de actividad, el tamaño de las empresas, etc, así como la demanda existente en las zonas analizadas. Se ejecuta mediante la actuación 3.3.1.1.: Realización y difusión de estudios específicos de la oferta y la demanda comercial del VI PFICIA.

**B.2.-** Finalmente, en este apartado, se recogen las ideas o propuestas aportadas por otras entidades en relación con las necesidades detectadas en el sector para luchar contra los problemas planteados en la mesa de trabajo de comercio rural:

### **B.2.1.- La Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP):**

- Consideración de la FAMP como instrumento de diálogo y participación con las entidades locales, siendo fundamental la coordinación al facilitar las actuaciones en el ámbito público. Asimismo, destacar el papel de las Diputaciones Provinciales. (Esta propuesta tiene respuesta en las actuaciones contenidas en la Medida 2.3.1: Análisis de la distribución espacial del comercio en el medio rural del VI PFICIA).
- Definición del ámbito territorial. (Actuación 2.3.2.1: Mesa de impulso del comercio rural del VI PFICIA).
- Informar de la estrategia sobre la despoblación europea.
- Fomentar el uso de las Nuevas Tecnologías y la formación en las mismas. (Línea Estratégica 1.1: La incorporación de las tecnologías de la información y de la comunicación en el comercio VI PFICIA).
- Establecer planes de empleo específicos para zonas rurales.
- Implementación de las innovaciones y las nuevas tecnologías en el comercio ambulante, los mercados de abastos, la artesanía y los Centros Comerciales Abiertos. (Objetivo Estratégico 1: Fomentar la innovación y la implantación de las Nuevas Tecnologías en el comercio andaluz VI PFICIA y Línea Estratégica 2.1: Impulso de la mejora y adecuación Urbanístico Comercial).

**B.2.2.-** Con carácter general, la **Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA)**, aconseja un debate para la definición del ámbito territorial, atendiendo a la singularidad de la oferta comercial en las distintas zonas. (Actuación 2.3.1.1 Elaboración de un estudio específico de la oferta y la demanda comercial en las zonas rurales, 2.3.2.1: Mesa de impulso del comercio rural y 3.3.1.1: Realización y difusión de estudios específicos de la oferta y la demanda comercial).

De manera particular, la **Confederación Andaluza Empresarios Alimentación y Perfumería (CAEA)** manifiesta que sería necesario:

- Definir el ámbito territorial rural, atendiendo a la singularidad de la oferta comercial de las distintas zonas.
- Estudio específico de la oferta y la demanda comercial en zonas rurales y caracterización del mismo.
- Estudio sobre las necesidades y demandas del comercio en zonas rurales.
- Difundir de los resultados de la oferta – demanda, caracterización y necesidades del comercio en zonas rurales.
- Implementar de medidas concretas de apoyo al comercio rural en base a las necesidades detectadas.

### **B.2.3.- La Unión General de Trabajadores de Andalucía (UGT):**

- Establecer jornadas específicas en el ámbito rural para contrarrestar a otros formatos comerciales. (Actuación 2.3.2.2: Jornadas de difusión de los acuerdos y recomendaciones para el impulso del comercio rural).
- Apoyar a los mercadillos y Centros Comerciales Abiertos. (Todas las actuaciones de las Medidas 2.1.3 Promoción y Fomento de los Centros Comerciales Abiertos o figuras análogas y 2.1.6 Fomento del comercio ambulante en Andalucía, están recogidas en el VI PFICIA con este propósito).
- Fomento de los productos andaluces y autóctonos, así como de las localizaciones, jornadas comerciales autóctonas, difusión de productos locales para hacer atractivo lo rural y su calidad, tanto en el consumo interno como en las exportaciones. (Actuación 3.5.2.2 Actuaciones de promoción que impulsen el comercio y los productos locales de Andalucía como destino de compra en otros países).

### **B.2.4.- Federación Andaluza de Consumidores y Amas de Casa AL-ANDALUS:**

- Potenciar e impulsar el comercio ya implantado en las zonas rurales mediante ayudas que se establezcan desde la DGC.
- Establecer ayudas para la digitalización del comercio rural y cursos de formación para las personas usuarias, de manera que se disminuya la brecha digital existente en la zona. (Las actuaciones de la medida 1.1.4. del VI PFICIA están directamente relacionadas con esta propuesta).
- Impulsar el comercio ambulante en las zonas rurales para facilitar el acceso y adquisición de productos más diversos y variados.
- Formar en materia de consumo para que, tanto comerciantes como consumidores, pueden establecer relaciones comerciales más garantistas.

### **FACUA – Consumidores en Acción:**

- Realizar un estudio previo de la oferta y la demanda comercial en las zonas rurales de Andalucía. (Esta propuesta de FACUA tiene su reflejo en la actuación 2.3.1.1 Elaboración de un estudio específico de la oferta y la demanda comercial en las zonas rurales del VI PFICIA).
- Distinguir entre dos clases de usuario, el que reside en las zonas rurales habitualmente y el que hace visitas esporádicas, ya que ambos tipos tienen necesidades comerciales distintas.
- Necesidad de estudio sobre de la incidencia de la brecha digital en el ámbito del comercio rural y el consumidor en el ámbito rural. (Las actuaciones de la medida 1.1.4. del VI PFICIA están directamente relacionada con esta propuesta).
- Formar a los comerciantes en materia de consumo y potenciar el nivel de formación en materia de protección de los consumidores en el ámbito del comercio rural de los comerciantes, profundizando en las actividades cuya regulación es más amplia, tales como la comercialización a distancia y la que incide en etiquetado de alimentación.

### B.2.5.- Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía:

- Cambiar la percepción de que la actividad agraria tiene poco valor y escasa consideración. Es importante tanto el reconocimiento como su rentabilidad.
- Fomentar la actividad agraria y su relevo generacional.

#### 4.2.- Resumen de actuaciones con repercusión directa en el comercio rural.

NÚMERO	ENTIDAD	ACTUACIÓN
1	D.G. COMERCIO	ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN DE UNA GUÍA PARA EL DISEÑO DE PLANES ESTRATÉGICOS MUNICIPALES
3		NUEVAS BASES REGULADORAS DE SUBVENCIONES PARA AYUNTAMIENTOS
4		ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA COMERCIAL PARA OBTENER INFORMACIÓN ACTUALIZADA Y DETALLADA
5	D.G. ECONOMÍA DIGITAL E INNOVACIÓN	REALIZACIÓN DE UN FORO PARA EL FOMENTO DE LA COLABORACIÓN INTERSECTORIAL
6		ITINERARIOS FORMATIVOS EN TICS. SENSIBILIZACIÓN Y FORMACIÓN EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA EL SECTOR COMERCIO.
7		ANÁLISIS DIAGNÓSTICO DEL GRADO DE IMPLANTACIÓN DE LA TICS EN LOS DISTINTOS FORMATOS COMERCIALES DEL COMERCIO ANDALUZ
8		ASESORAMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO A PYMES DEL SECTOR COMERCIAL EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE SU NEGOCIO
9	D.G. FORMACIÓN PROFESIONAL	LOS CICLOS FORMATIVOS DE LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING
10		LA FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL
11	FUNDACIÓN PÚBLICA ANDALUZA, ANDALUCÍA EMPRENDE	AYUDAS PYMES COMERCIALES Y ARTESANAS. BEAS DE SEGURA (JAÉN)
12		JORNADA ASESORAMIENTO PYMES COMERCIALES Y ARTESANAS. NAVAS DE SAN JUAN (JAÉN)
13		SESIÓN ASESORAMIENTO PYMES COMERCIALES Y ARTESANAS. PUENTE DE GÉNAVE (JAÉN)
14		JORNADA ASESORAMIENTO PYMES COMERCIALES Y ARTESANAS. SANTISTEBAN DEL PUERTO (JAÉN)
15		WEBINAR "ENCUENTRO VIRTUAL PARA EL FOMENTO DE LA DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS EN LOS SECTORES COMERCIO Y ARTESANÍA - APP ACÁ" VILLANUEVA DEL ARZOBISPO (JAÉN)
16		WEBINAR AYUDAS COMERCIO 2020. CALA (HUELVA)
17		"IMPULSO DIGITAL DEL COMERCIO LOCAL". ¿COMPETIR CON EL ENEMIGO O UNIRTE A ÉL? PEÑARROYA-PUEBLONUEVO (CÓRDOBA)
18	CONSEJO ANDALUZ DE CÁMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ANDALUCÍA	PLAN DE COMERCIO MINORISTA
19		PROCOM II.- PROFESIONALES DEL COMERCIO

## 5.- CONCLUSIONES.

Las aportaciones a la mesa se han realizado a través de reuniones en línea entre todos los participantes y comunicaciones individuales con cada uno de ellos. A partir de todas las respuestas recibidas pueden extraerse las siguientes conclusiones generales:

- Todos los participantes a la mesa reconocen los problemas planteados en relación con el medio rural y la necesidad de establecer medidas contra la despoblación y el envejecimiento de la población en las zonas rurales, así como el fomento del emprendimiento en dichas zonas.
- Es importante contar con un documento previo en el que se recojan todas las actuaciones que se estén planeando, estén en desarrollo o se hayan llevado a cabo por los distintos organismos y entidades de influencia.
- La coordinación y cooperación entre los distintos integrantes es fundamental para dar soluciones con garantías a medio y largo plazo. En esto sentido, no partimos de cero a la hora de elaborar este documento debido a que ya existen diversas medidas puestas en marcha por entidades con experiencia y trabajo realizado en los últimos años, al que se puede unir una nueva estrategia, trabajando de forma coordinada con el resto de participantes para que se produzca una transferencia de conocimiento y evitar la duplicidad de acciones con una finalidad similar aprovechando los recursos de los que se dispone en beneficio de una mayor eficiencia.
- Es fundamental incorporar a este trabajo inicial cualquier medida que en adelante se ponga en práctica, ya sea mediante la coordinación entre participantes o de forma individual en cada centro directivo o entidad, siendo la suma de cada una de ellas, un punto de partida del que dispondrán las personas usuarias y que les facilitará información para la adaptación a los cambios que deberán afrontar en el medio rural.