

DENOMINACIÓN:

Acuerdo de 8 de junio de 2021, del Consejo de Gobierno, por el que toma conocimiento de los informes de seguimiento del VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2019-2022, correspondientes a los ejercicios 2019 y 2020.

El Decreto del Presidente 3/2020, de 3 de septiembre, de la Vicepresidencia y sobre reestructuración de Consejerías, conlleva la redistribución de competencias para acompasar la actividad de la Administración de la Junta de Andalucía con la ejecución del conjunto de políticas públicas que conforman el programa político del Gobierno, buscando siempre la máxima eficiencia posible en el empleo de los recursos públicos para hacer frente a las circunstancias de orden político, económico y social en las que se encuentra inmersa en el momento actual la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Las competencias relativas al comercio, mediante su planificación, ordenación, promoción y desarrollo están atribuidas a la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, por el Decreto 117/2020, de 8 de septiembre, por el que se regula la estructura orgánica de la mencionada Consejería, que en virtud del artículo 11, corresponden a la Dirección General de Comercio.

Andalucía tiene en el sector comercial uno de los pilares estratégicos de su economía. Este carácter viene determinado por su impacto socio – económico, con unos datos concluyentes aportados por el Instituto Andaluz de Estadística y Cartografía de Andalucía: durante el año 2017 el sector comercial supuso el 12,8% de su valor agregado bruto, ocupó a más de 517.000 personas (17,4% de las personas ocupadas), y cuenta con más de 140.000 empresas y 170.000 establecimientos comerciales, así como un volumen de negocio de 85.000 millones de euros.

Andalucía defiende un modelo comercial competitivo, sostenible, cercano y que aporta vida a los centros urbanos de nuestros pueblos y ciudades. Actualmente, contamos con una oferta comercial accesible y cercana a toda la ciudadanía andaluza, que cuenta con una oferta plural y ordenada territorialmente, tanto en grandes centros urbanos como en ciudades medias y áreas rurales, capaz de satisfacer las necesidades de las personas consumidoras, garantizar la convivencia equilibrada de los distintos formatos comerciales y una correlación positiva al 100% con la población del territorio.

La acción de la Administración Autónoma en materia de comercio interior se ha venido desarrollando respetando el principio de libertad de empresa en el marco de la economía de mercado, la libre y leal competencia conforme a la legislación vigente, la libre circulación de bienes y mercancías, la libertad de establecimiento y de prestación de servicios, así como la promoción del desarrollo económico y la

modernización de la actividad comercial, con el fin de incrementar la capacidad de competencia de las empresas andaluzas y garantizar una ocupación laboral estable en el sector.

De acuerdo con lo anterior, se aprobó mediante Orden de 28 de noviembre de 2019 de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad el VI Plan Integral para el Fomento del Comercio Interior de Andalucía para el periodo 2019-2022 en cumplimiento de lo establecido en la disposición final primera 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.

El VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía se ha elaborado con un claro concepto innovador e integral, ya 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 así, un ecosistema integral y eficiente de apoyo al sector comercial en Andalucía. En el proceso de elaboración del VI Plan han participado activamente tanto personal técnico de diferentes Consejerías de la Junta de Andalucía con competencias, que bien de forma directa o indirecta inciden en el sector comercial andaluz, como los propios agentes económicos y sociales integrantes del Consejo Andaluz de Comercio, a través de la Comisión de Planificación Comercial, como órgano colegiado consultivo y de participación social de la Consejería competente en materia de comercio interior.

El VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía se estructura en 3 Objetivos Estratégicos, 11 Líneas Estratégicas, 25 Medidas y 69 Actuaciones. Los Objetivos Estratégicos son los siguientes:

- Fomentar la Innovación y la Implantación de las Nuevas Tecnologías en el comercio andaluz.
- Potenciar una Ordenación Comercial racional y equilibrada.
- Promover la Competitividad y el Emprendimiento del sector comercial andaluz.

El VI Plan estableció un sistema de evaluación y seguimiento que posibilita su análisis sobre el alcance, desarrollo e impacto de la ejecución de las medidas previstas en el sector comercial. Con estos mecanismos de seguimiento de la ejecución y evaluación, se garantiza la obtención de información de calidad y trasladar periódicamente los resultados obtenidos. De acuerdo con lo anterior, este Plan Integral se ha formulado desde una perspectiva integradora y con la premisa de conformar un programa de actuaciones realistas, con indicadores medibles y resultados tangibles.

Por todo ello, el informe de seguimiento y evaluación del VI Plan Integral de los ejercicios 2019 y 2020 se elabora con el objetivo de valorar y analizar la adecuación de las actuaciones desarrolladas respecto a la consecución de los objetivos y su implantación en relación a los recursos del momento o su reajuste temporal o de contenido.

La evaluación de los dos primeros años de vigencia del VI Plan Integral se centra en el desarrollo y ejecución de las actuaciones previstas en el Plan para los ejercicios 2019 y 2020, y permite conocer tanto el grado de cumplimiento respecto a los objetivos previstos, como también detectar los obstáculos que han ido surgiendo con el fin de buscar soluciones que permitan superarlos, así como afianzar aquellas acciones que están dando buenos resultados en el sector.

Es ineludible reflejar en este informe que de las actuaciones desarrolladas en el ejercicio 2020, se han visto afectadas por la pandemia sanitaria provocada por el virus Covid-19 y los efectos que la misma ha producido en la economía en general y, en el sector comercial andaluz, en particular, ya que está siendo de los más perjudicados y que ha derivado en la necesaria actuación de la Junta de Andalucía mediante

acciones dirigidas a contrarrestar esos efectos y apoya al sector comercial, que no se encontraban recogidas en el Plan.

En su virtud, de conformidad con lo establecido en el artículo 27.1 y 23, de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, a propuesta del Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, y previa deliberación del Consejo de Gobierno, en su reunión del día 8 de junio de 2021, se adopta el siguiente,

ACUERDO

Tomar conocimiento, a instancias del Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, de los informes de seguimiento del VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2019-2022, correspondientes a los ejercicios 2019 y 2020 y que se adjunta.

Sevilla, 8 de junio de 2021

Juan Manuel Moreno Bonilla
PRESIDENTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Rogelio Velasco Pérez
CONSEJERO DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO,
EMPRESAS Y UNIVERSIDAD



**INFORME DE SEGUIMIENTO ANUAL DEL VI PLAN
INTEGRAL DE FOMENTO DEL COMERCIO INTERIOR
DE ANDALUCÍA 2019-2022.
EJERCICIO 2019**



Plan Integral
de Fomento del
comercio
interior de
Andalucía
2019-2022



ÍNDICE

1.- Introducción.

2.- Análisis y evaluación de la ejecución del VI PIFCIA en el ejercicio 2019 por objetivos estratégicos.

2.a.- Objetivo estratégico 1

2.b.- Objetivo estratégico 2

2.c.- Objetivo estratégico 3

3.- Resumen de la ejecución del VI PIFCIA en 2019.

4.- Conclusiones.

Anexos: Tablas resumen de las actuaciones previstas para 2019.

I: Por objetivos estratégicos.

II: Por órgano responsable.



1. INTRODUCCIÓN.

El 5 de diciembre de 2019 se publicó en el BOJA la Orden de 28 de noviembre de 2019 de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad por la que se aprueba el VI Plan Integral para el Fomento del Comercio Interior de Andalucía para el periodo 2019-2022. La mencionada Orden viene a dar cumplimiento a lo establecido en la Disposición Final Primera 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, que establece que por orden de la Consejería competente en materia de comercio interior se aprobará cada cuatro años un Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía cuyos objetivos serán, entre otros, la modernización de las pequeñas y medianas empresas, fomentar el asociacionismo comercial y mejorar la cualificación profesional y de gestión de los recursos humanos del sector, debiendo ser sus líneas básicas debatidas previamente en el Parlamento Andaluz.

En el VI Plan se concibe al comercio de forma sistemática e integral. Sistemática, al considerar al comercio una parte fundamental de la cadena productiva en particular y de la economía andaluza en general; e integral porque al mismo tiempo engloba al comercio en todas sus dimensiones y formatos. Así partimos de un concepto de comercio como un elemento dinámico dentro de la cadena productiva y como un factor generador de empleo y convivencia en nuestras ciudades.

El VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía se ha elaborado con un claro concepto innovador e integral, ya 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 así, un ecosistema integral y eficiente de apoyo al sector comercial en Andalucía. En el proceso de elaboración del VI Plan han participado activamente tanto personal técnico de diferentes Consejerías de la Junta de Andalucía con competencias que bien de forma directa o indirecta inciden en el sector comercial andaluz, así como los propios agentes económicos y sociales integrantes del Consejo Andaluz de Comercio, a través de la Comisión de Planificación Comercial, como órgano colegiado consultivo y de participación social de la Consejería competente en materia de comercio interior.

El Plan está compuesto de una presentación, un diagnóstico y una parte programática, que a su vez contiene: los objetivos, general y estratégicos, el plan de acción (dividido en líneas estratégicas, medidas y actuaciones), el sistema de seguimiento y evaluación, el entorno presupuestario y un anexo con el Cuadro Resumen del Plan de Acción.

El diagnóstico del sector es fundamental para conocer la dimensión, la dinámica y la situación del sector comercial andaluz. Esta fase previa de análisis es imprescindible ya que sirve para contar con una radiografía que nos permita identificar y comprender mejor la composición y comportamiento del sector.

El objetivo general del Plan es el fomento de la innovación y la implantación de las nuevas tecnologías en el comercio andaluz, mediante la puesta en marcha, entre otras medidas, de planes



de diagnóstico e itinerarios formativos y ayudas para la implantación de soluciones tecnológicas para alcanzar una verdadera transformación digital, como nueva manera de entender el comercio, que va más allá de la introducción del uso de la tecnología y de herramientas digitales dentro de la empresa; el impulso de la adecuación urbanístico-comercial con la finalidad de que el planeamiento territorial garantice la optimización de la ordenación de la actividad comercial en las áreas de comercio y servicios de las ciudades, así como la mejora de la competitividad y el emprendimiento en el comercio andaluz, mediante la necesaria simplificación administrativa y supresión de barreras de entrada, la cooperación, la gestión y el emprendimiento empresarial, apoyando el relevo generacional.

Con base en lo anterior, el VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía se estructura en 3 Objetivos Estratégicos, 11 Líneas Estratégicas, 25 Medidas y 69 Actuaciones. Los Objetivos Estratégicos son los siguientes:

- Fomentar la Innovación y la Implantación de las Nuevas Tecnologías en el comercio andaluz.
- Potenciar una Ordenación Comercial racional y equilibrada.
- Promover la Competitividad y el Emprendimiento del sector comercial andaluz.

Como el propio Plan prevé, su dinámica de aplicación y desarrollo permite el seguimiento intermedio por parte de los agentes socioeconómicos para así poder ir adaptando tanto el diagnóstico de situación del sector comercial andaluz, como las medidas recogidas. Para el seguimiento y evaluación del Plan, en cada Objetivo Estratégico se han establecido una serie de indicadores de impacto, que miden de forma objetiva diferentes aspectos del sector comercial andaluz; como el propio Plan indica, existen algunos problemas comunes a estos indicadores, fundamentalmente la existencia previa y con datos con cierta continuidad de los que se consideran adecuados, ceñidos al CNAE 47, y el desglose según criterios territoriales, sectoriales y según el tamaño de la empresa. Con el mismo fin de facilitar el seguimiento y evaluación, cada actuación incluye al menos un indicador de realización, que mide el desarrollo de la actuación informando de la intensidad de ejecución, y otro de resultado, que mide los efectos inmediatos de las actuaciones, entendidos como la incidencia que causan en los destinatarios de las mismas, permitiendo valorar su adecuación y pertinencia.

En cuanto a la financiación de los gastos que la ejecución del Plan genere para la Comunidad Autónoma de Andalucía, correrá a cargo del Programa Presupuestario 76.A “ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL”, programa para cuya gestión es competente la Dirección General de Comercio. Asimismo, estas actuaciones se desarrollan en colaboración y dentro de las competencias asignadas a cada entidad colaboradora, participando la Dirección de Economía Digital e Innovación a través del programa presupuestario 72A “EMPRESA, EMPREND. INNOVADOR Y ECONOMÍA DIGITAL” así como el Consejo Andaluz de Cámaras. El Plan para su total ejecución y desarrollo contará con una dotación presupuestaria total de 49.032.857,65 €, incluyendo los medios propios, que son las retribuciones del personal de la propia Dirección General de Comercio y los correspondientes servicios de las Delegaciones Territoriales. La programación temporal de las actuaciones y las medidas que contiene se financiarán con cargo a las disponibilidades presupuestarias efectivas de



créditos suficientes de los ejercicios 2019, 2020, 2021 y 2022, sin que puedan implicar gasto adicional a dichas disponibilidades.

2. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PLAN EN EL EJERCICIO 2019 POR OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

El VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía tiene una vigencia de cuatro años, que abarca los ejercicios 2019 a 2022, y se concibió como un documento versátil, capaz de evolucionar e incorporar nuevos proyectos o actuaciones que permitan mejorar y alcanzar mejor sus objetivos.

El VI Plan estableció un sistema de evaluación y seguimiento que posibilita su análisis sobre el alcance, desarrollo e impacto de la ejecución de las medidas previstas en el sector comercial. Con estos mecanismos de seguimiento de la ejecución y evaluación, se garantiza la obtención de información de calidad y trasladar periódicamente los resultados obtenidos. De acuerdo con lo anterior, este Plan Integral se ha formulado desde una perspectiva integradora y con la premisa de conformar un programa de actuaciones realistas, con indicadores medibles y resultados tangibles.

Por todo ello, el presente informe de seguimiento y evaluación se elabora con el objetivo de valorar y analizar la adecuación de las actuaciones desarrolladas respecto a la consecución de los objetivos y su implantación en relación a los recursos del momento o su reajuste temporal o de contenido. La evaluación del primer año de vigencia del VI Plan Integral se centra en el desarrollo y ejecución de las actuaciones previstas en el Plan para el ejercicio 2019, y nos permitirá conocer, no solo el grado de cumplimiento respecto a los objetivos previstos, si no también detectar los obstáculos que han ido surgiendo con el fin de buscar soluciones que permitan superarlos, así como afianzar aquellas acciones que están dando buenos resultados.

En el proceso de análisis previo a las actuaciones ejecutadas en 2019 desde la Dirección General de Comercio de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad se ha venido trabajado en permanente contacto y colaboración con el sector comercial de nuestra Comunidad Autónoma, que nos ha permitido recabar tanto información cuantitativa como cualitativa de los resultados de ejecución del VI Plan Integral.

Para poder realizar tanto el seguimiento y la posterior evaluación de las acciones previstas en el VI Plan de manera que exista información suficiente, accesible, clara y fiable, se han seleccionado tres tipos de indicadores: de realización, de resultado y de impacto. En todos ellos, se suministrará la información desagregada por sexo, de conformidad con lo previsto en el artículo 10 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía.



Los objetivos de los Indicadores mencionados son los siguientes:

A) Indicadores de realización: miden el desarrollo de las actuaciones y permiten obtener información de forma directa del grado o intensidad de ejecución de las mismas.

Existe al menos un indicador de resultado por cada actuación, y su denominación y fuente de obtención consta en la respectiva ficha de cada actuación contemplada en el documento del Plan.

B) Indicadores de resultado: miden los efectos inmediatos de las actuaciones, entendidos como la incidencia que la actuación provoca en los destinatarios potenciales de las mismas. Por ello, permiten valorar la adecuación y pertinencia de la actuación.

Existe al menos un indicador de resultado por cada actuación, y su denominación y fuente de obtención consta en la ficha de la actuación respectiva.

C) Indicadores de impacto: pretenden medir a largo plazo los efectos que provoca, en el sector comercial andaluz la ejecución del Plan Integral. Estos indicadores se han elaborado asociándolos a los distintos aspectos que presentan los Objetivos Estratégicos del Plan Integral con la limitación derivada de la información disponible. Así, tal y como se señala en el propio Plan, existe una cierta dificultad para la construcción de estos indicadores de impacto, ya que la disponibilidad de la información previa -indicador de contexto- ceñida al sector comercial en Andalucía, no está disponible con el nivel de desagregación necesario y que sería aconsejable, esto es, por subsectores (CNAE 47), territorio y tamaño de la empresa. Para solventar esta dificultad, se ha diseñado la actuación 3.1.2.2 Obtención de información para construir los indicadores de impacto, con la finalidad de mejorar la obtención de información relevante que permita conocer lo más objetivamente posible tanto la evolución como el efecto a largo plazo que produce la planificación pública en el sector.

Con respecto a estos indicadores de impacto, cabe mencionar que en el presente Informe no se ha llevado a cabo un seguimiento de los mismos por la escasa variación producida en estos desde la aprobación del VI Plan.

A continuación se analiza la ejecución de las actuaciones contenidas en cada Objetivo Estratégico del Plan Integral cuya ejecución estaba prevista llevarse a cabo durante el ejercicio 2019.



2.a) OBJETIVO ESTRATÉGICO 1 (en adelante OE1), FOMENTAR LA INNOVACIÓN Y LA IMPLANTACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL COMERCIO ANDALUZ.

Descripción: Realizar una decidida apuesta por el comercio en todas sus vertientes, como motor dinamizador de las ciudades, mediante la puesta en marcha, entre otras medidas, de planes de diagnóstico e itinerarios formativos y ayudas para la implantación de soluciones tecnológicas. Se hace necesaria una verdadera transformación digital, como nueva manera de entender el comercio, que va más allá de la introducción del uso de la tecnología y de herramientas digitales dentro de la empresa. Hace referencia a adaptar los procesos empresariales, crear una cultura organizativa más innovadora y una nueva manera de hacer las cosas para tratar de aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el nuevo contexto digital. Implica por tanto, cambio a todos los niveles impulsados por el uso de las tecnologías digitales: cambios en las competencias de los empleados, en la comunicación, en la organización y en la cultura de la empresa. Se trata de reconfigurar los procesos empresariales para crear nuevos valores y experiencias para clientes y empleados.

Este Objetivo Estratégico se divide, a su vez, en dos Líneas Estratégicas (LE):

LE 1.1: La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el comercio, con catorce actuaciones, de las que ocho conllevan ejecución en 2019;

LE 1.2: El Fomento de la Innovación en el comercio andaluz, con cinco actuaciones, de las que una tiene ejecución en 2019.

A continuación se expone la información básica de cada una de las distintas actuaciones incardinadas en el OE1 con ejecución prevista para el 2019.

Ficha de la actuación 1.1.1.1.: Identificación y análisis de los diversos trámites y procedimientos administrativos que afectan a la actividad comercial en Andalucía.				
Descripción: Realización de un estudio que identifique los trámites administrativos que afectan a las empresas de comercio minorista en Andalucía en el que se analice todos los procedimientos y trámites por parte de todas las administraciones públicas que le afectan, poniendo especial énfasis en el grado de madurez digital de los mismos y en las posibilidades de realización telemática a través de Internet.				
Justificación de la actuación: la cantidad y diversidad de los diferentes trámites y su procedencia desde distintos niveles de la administración, hace necesario este trabajo de análisis y recopilación de todos estos servicios telemáticos necesarios para el desarrollo de la actividad comercial en Andalucía.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X			



Importe		4.355,00 €			
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/60902/00 A1231078Y2 2016000554	3.599,00 €			
	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916	756,00 €			
Órgano responsable			Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)		
Órgano Colaborador			SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).		
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de entrega del estudio/DGC. Enero 2019					
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de trámites identificados en el estudio, DGC. - 60 Trámites					
Presupuesto ejecutado 2019*. 3.599,00 € (servicio 17) y 756,00 € (servicio 01): ejecutado al 100%. (pendiente de verificación/fiscalización).					

Descripción de resultados: Se ha elaborado un estudio para la identificación y análisis de todos los trámites administrativos que afectan al sector comercial de Andalucía a lo largo de la vida de su actividad económica, independientemente de la administración pública responsable del trámite en cuestión. Una vez identificados y analizados en su base, se realizó un ejercicio de priorización para seleccionar el conjunto de los que se entendían más importantes y esenciales y con mayor potencial de mejora, para su análisis con una mayor profundidad.

De los 60 trámites identificados inicialmente, se han estudiado en profundidad un total de 15 trámites, bajo la perspectiva de su nivel de digitalización y sus posibilidades de mejora, con fichas individuales en las que detallan las problemáticas específicas y las soluciones propuestas para cada uno de ellos; ofreciendo conclusiones generales en tres grandes ámbitos: Procesos, Sistemas y Personas.. El estudio incluye unas recomendaciones de mejora para cada uno de ellos y además, adicionalmente a los 15 trámites, se incluye el análisis especial de la “Licencia express” y el significado del “DUE, Documento Único Electrónico”.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación se ha ejecutado al 100%, habiéndose identificado en el estudio un total de 60 trámites, en el período de realización previsto y que el presupuesto dispuesto en el Plan Integral se ha ejecutado en su totalidad, por un importe total de 4.355 euros.



Ficha de la actuación 1.1.1.2.: Elaboración y puesta en marcha de una Plataforma online de Simplificación de Trámites.					
Descripción: Elaboración, puesta en funcionamiento y evolución de una Plataforma online que facilite información relevante y acceso directo a los trámites que las empresas comerciales andaluzas han de llevar a cabo con las distintas Administraciones Públicas en el ejercicio de su actividad. En este sentido debemos entender la expresión “Simplificar trámites” como facilitar el acceso y la cumplimentación de los trámites correspondientes, aclarar conceptos confusos o ambiguos, etc.					
Justificación de la actuación: Se hace necesaria la creación de un único espacio virtual o “ventanilla única” para favorecer y potenciar el acceso de las empresas comerciales a los diferentes servicios que ofrece la administración.					
Prioridad: Alta					
Plazo de Ejecución (Anualidad)		2019	2020	2021	2022
		X	X		
Importe		25.969,02 €	6.482,25 €		
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/60902/00 A1231078Y2 2016000554	21.460,79 €	5.356,93 €		
	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916	4.508,22 €	1.125,31 €		
Órgano responsable			Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)		
Órgano Colaborador			SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).		
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de puesta en funcionamiento de la Plataforma/DGC. Pendiente*.					
Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de accesos por procedimiento a partir de su puesta en marcha/DGC. Pendiente.					
Presupuesto ejecutado 2019. 21.460,79 € (servicio 17) y 4.508,22 € (servicio 01): ejecutado al 100%. (pendiente de verificación/fiscalización).					

Descripción de resultados: Las actuaciones previstas para el 2019 se han ejecutado en su totalidad, sin embargo, su puesta en funcionamiento no se ha realizado al estar prevista para el primer semestre de 2020. En su totalidad, esta actuación tiene un grado de ejecución actualmente de un 80%.



Se ha iniciado la implementación de la plataforma que proporcionará y facilitará la realización de todos los trámites identificados. A cierre de 2019 se habían realizado las fases de análisis de la información de base y el diseño del sistema. Igualmente se había avanzado significativamente en la implementación del portal estando en un estado avanzado de desarrollo. Igualmente se ha integrado al portal la solución de asistente virtual que facilitará la comunicación con el usuario de manera automatizada y de forma más amigable. Dicha solución ya está implementada y se está afinando en su entrenamiento.

Se está terminando de desarrollar el contenido adicional que incorporará algunos de los trámites desde su inicio en producción, contenido constituido como videotutoriales explicativos que guían paso a paso al usuario en la realización del trámite.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación que comprende dos anualidades, lo previsto para el 2019 se ha ejecutado al 100%, y con respecto al grado de ejecución total del proyecto, éste se encuentra al 80%. Su puesta en funcionamiento se realizará en el primer semestre de 2020 y ello permitirá obtener los datos del Indicador de Resultado establecido. El presupuesto dispuesto en el Plan Integral para 2019 se ha ejecutado en su totalidad, por un importe total de 22.586,1 €.

Ficha de la actuación 1.1.2.1.: Estudio sobre el grado de madurez digital y benchmarking de herramientas digitales en movilidad relacionadas con el sector comercial.					
Descripción: Elaborar un estudio comparativo de las herramientas empleadas en otras regiones y que estén dirigidas al sector comercial minorista, incluyendo todo tipo de soluciones que den respuesta a necesidades del sector, tanto desde el punto de vista de la persona comerciante como de la persona consumidora.					
Justificación de la actuación: El diseño de una APP personalizada para el sector comercial andaluz requiere de una visión global de soluciones empleadas en otras regiones, de manera que puedan recopilarse ideas y posibles mejoras, para desarrollar así una APP más evolucionada.					
Prioridad: Alta					
Plazo de Ejecución (Anualidad)		2019	2020	2021	2022
		X			
Importe		28.398,70 €			
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/60902/00 A1231079Y2 2016000552	23.468,60 €			
	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916	4.930,10 €			



Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)
Órgano Colaborador	SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de entrega del estudio/DGC. ENERO 2019	
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de aplicaciones estudiadas, DGC. - 25 aplicaciones estudiadas.	
Presupuesto ejecutado 2019. 23.468,60 € (servicio 17) y 4.930,10 € (servicio 01): ejecutado al 100%. (pendientes de verificación/fiscalización).	

Descripción de resultados: Se ha desarrollado un completo estudio sobre el estado de digitalización y nivel de madurez digital del sector comercial de Andalucía, basado en la utilización de diversas fuentes oficiales, tanto de datos estadísticos como de estudios sectoriales dirigidos por otros organismos. Dicho estudio ha incluido la detección y análisis de las principales necesidades y dificultades que encuentra el sector para avanzar en su digitalización.

Adicionalmente se ha desarrollado un análisis de benchmarking sobre un universo de más de 100 aplicaciones móviles de las que se han estudiado 25 de ellas dirigidas al sector comercial, para detectar las mejores prácticas de funcionamiento y las tendencias más actuales. Se trata de un análisis detallado de aplicaciones (APP´s) relevantes disponibles en el mercado que sirvan como referencia para la posterior definición del catálogo de funcionalidades y contenidos de la APP prevista. Todas las aplicaciones estudiadas cuentan entre sus objetivos la promoción y el desarrollo de la actividad comercial.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación prevista para el 2019 se ha ejecutado al 100%, habiéndose obtenido como indicador de resultado un total de 25 aplicaciones objeto de estudio. Del mismo modo, el presupuesto dispuesto en el Plan Integral para 2019 se ha ejecutado en su totalidad, por un importe de 28.398,70 €.

Ficha de la actuación 1.1.2.2.: Diseño e implementación de un sistema de información y una aplicación para dispositivos móviles (APP) que integre la oferta comercial andaluza y favorezca la comunicación con el sector comercial en Andalucía.

Descripción: Desarrollar para la ciudadanía en general y para las empresas del sector comercial de Andalucía en particular, una aplicación para dispositivos móviles y el acceso a una plataforma digital de soporte de la misma, que permitan la puesta en valor de la actividad de los establecimientos comerciales a través de la difusión de información actualizada, accesible y de utilidad, que además permitirá que los comerciantes la enlacen con sus distintos puntos de venta. También es una App que mejora la comunicación del sector comercial con la administración



pública competente en materia de comercio, y que incluya píldoras formativas, alertas, información de interés sobre convocatorias públicas, y se convierta en un canal de contacto directo 24 horas al día, los 365 días del año.					
Justificación de la actuación: con el diseño e implantación de estas soluciones tecnológicas para el sector se persigue contribuir a la reactivación del comercio minorista, dotando al pequeño comercio de una herramienta que le ayude a mejorar su competitividad. Por otro lado, se hace necesario desarrollar un único canal de comunicación, que aúne los diferentes puntos de comunicación con la Administración, que permita una mayor eficiencia y eficacia de los servicios públicos.					
Prioridad: Alta					
Plazo de Ejecución (Anualidad)		2019	2020	2021	2022
		X	X		
Importe		63.525,00 €	15.881,25 €		
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/60902/00 A1231079Y2 2016000552	52.497,06 €	13.124,26 €		
	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916	11.027,94 €	2.756,98 €		
Órgano responsable		Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador		SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).			
Indicador de realización/fuente de obtención*: Fecha de puesta en marcha de la APP, DGC.					
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de descargas de la APP, desglose H/M, DGC.					
Presupuesto ejecutado 2019**. Ejecutados 27.792,18 €, (43,75 %).					

Descripción de resultados: Fruto de los resultados de los trabajos anteriores, se ha realizado una primera aproximación a la definición de las funcionalidades y servicios que debería implementar la aplicación móvil destinada al sector comercial de Andalucía y su plataforma de soporte, que ha servido de base para preparar la licitación del desarrollo concreto del sistema.

Se ha comenzado con el desarrollo del sistema de información y las aplicaciones móviles destinadas al sector. Al cierre de 2019 se habían completado las primeras fases de toma de requisitos, análisis de información, análisis y diseño del sistema. Se han cerrado los servicios a implementar concretando la información a manejar, las funcionalidades y la reglas de negocio que es necesario



implementar. Igualmente se ha avanzado en la definición de la imagen y diseño de las aplicaciones. Por otra parte, se han iniciado los trabajos de implementación de varios de los módulos que componen el sistema. Se tiene implementado el sistema de gestión del contenido que alimenta a una de las aplicaciones móviles y los módulos comunes que permiten el funcionamiento del resto de servicios a implementar.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación prevista para el 2019 se ha ejecutado al 43,75%, debido a cuestiones relacionadas con la compatibilidad de los sistemas informáticos que han ocasionado un retraso en el desarrollo de las actuaciones. En base a lo anterior y a que en 2019 no ha sido la puesta en marcha definitiva de la APP, no se han obtenido datos de los indicadores tanto de realización como de resultado. Del mismo modo, el presupuesto dispuesto en el Plan Integral para 2019 se ha ejecutado en un 43,75 %, por un importe total de 27.792,18 €.

Ficha de la actuación 1.1.2.3.: Difusión de la aplicación para dispositivos móviles (APP).					
Descripción: Diseño de un plan de difusión de la APP, que incluya la identidad gráfica, la planificación y la puesta en marcha de acciones de comunicación enfocadas, por un lado, a la sensibilización y capacitación del sector comercial andaluz para el uso de la APP, y, por otro, a dar a conocer a la ciudadanía en general de la existencia de esta APP para su uso como personas consumidoras.					
Justificación de la actuación: el éxito de la APP requiere de un plan que asegure una difusión adecuada y la sensibilización necesaria sobre el uso de esta aplicación, para conseguir que el sector se implique y colabore con el uso del sistema, volcando toda la información y contenido necesario que quiera difundir sobre su empresa. Asimismo, este plan de comunicación se hace necesario para fomentar el uso de las TICs como herramientas de marketing y promoción comercial de los productos y servicios que ofrece el sector comercial minorista. Por otro lado, se hace necesario desarrollar un único canal de comunicación, que aúne los diferentes puntos de comunicación con la Administración, que permita una mayor eficiencia y eficacia de los servicios públicos.					
Prioridad: Alta					
Plazo de Ejecución (Anualidad)		2019	2020	2021	2022
		X	X		
Importe		9.075,00 €	27.178,91 €		
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/60902/00 A1231079Y2 2016000552	7.499,58 €	22.460,65 €		
	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916	1.575,42 €	4.718,25 €		



Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)
Órgano Colaborador	SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).
Indicador de realización/fuente de obtención*:	n.º de acciones de difusión por medios y formatos, DGC.
Indicadores de resultado/fuente de obtención:	n.º de impactos de la campaña, DGC.
Presupuesto ejecutado 2019*.	Ejecutados 3.448,5 €, (38 %).

Descripción de resultados: Esta actuación está directamente vinculada con la puesta en marcha de la APP, por lo que la misma no se ha podido desarrollar en su totalidad. En la parte de comunicación, en 2019 se comenzó a trabajar en el Plan de comunicación del proyecto. A finales de 2019 se contaba con una versión borrador objeto de revisión y que permitirá delimitar algunas de las actuaciones que conforman el plan de acción.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación prevista para el 2019 se ha ejecutado en un 38%, debido a que la misma se encuentra directamente vinculada con la puesta en marcha efectiva de la de la APP. En base a lo anterior y a que en 2019 no ha sido posible la puesta en marcha definitiva de la APP, no se han obtenido datos de los indicadores tanto de realización como de resultado. Del mismo modo, el presupuesto dispuesto en el Plan Integral para 2019 se ha ejecutado en un 38%, por un importe total de 3.448,5 Euros.

Ficha de la actuación 1.1.3.1.: Elaboración de un estudio de necesidades de la transformación digital en el sector comercio.				
Descripción: Elaboración de un estudio para el análisis de la transformación digital del sector comercio (desglosado por subsectores comerciales, tamaño de la empresa y territorio), así como las tendencias tecnológicas existentes, identificando necesidades tecnológicas así como la oferta ofrecida por el mercado. Para la realización de dicho estudio, se utilizará información tanto cuantitativa como cualitativa, utilizando para ello distintos tipos de fuentes oficiales, cuestionarios y entrevistas a empresas comerciales andaluzas así como entidades de referencia del sector.				
Justificación de la actuación: la obtención de esta información es esencial para la toma de decisiones en el grado de intensidad de la aplicación de otras actuaciones en función del lugar, el subsector y/o herramientas concretas y la formación que requieran.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X			
Importe	15.000,00 €			



Partidas Presupuestarias	1400018073 G/72A/60905/00 01 2004000291			
Órgano responsable	Dirección General de Economía Digital e Innovación (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad) y Consejo Andaluz de Cámaras			
Órgano Colaborador	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Indicador de realización/fuente de obtención: fecha de entrega del estudio, DGEDI. En ejecución.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: nº entrevistas/cuestionarios realizados, DGEDI; nº de personas entrevistadas H/M, DGEDI				
Presupuesto ejecutado 2019. 15.000 €.				

Descripción de resultados: A 31 de diciembre de 2019 esta actuación se encontraba en ejecución, habiéndose ejecutado en un 80% y estando su entrega está prevista dentro del primer trimestre de 2020, así como que el resultado de este estudio se exponga en un encuentro intersectorial el 31 de marzo de 2020.

El retraso en la ejecución se ha debido a la dificultad de los distintos trabajos necesarios para recabar la información: implementación de cuestionarios por parte de empresas del sector y celebración de grupos de trabajo entre entidades y empresas del ecosistema empresarial del sector en cuestión.

De lo anterior podemos concluir que esta actuación se ha ejecutado en un 80%, estando la ejecución presupuestaria prevista para la misma ejecutada en su totalidad por un importe de 15.000€.

Ficha de la actuación 1.1.4.2.: Ayudas para la implantación de las distintas herramientas en las PYMEs comerciales andaluzas.

Descripción: Se convocarán ayudas dirigidas preferentemente a las PYMEs comerciales andaluzas para la incorporación de las Nuevas Tecnologías e implementación de Redes Sociales en sus negocios que les permitirá aprovechar las ventajas y oportunidades de la transformación digital. Para ello se subvencionarán soluciones digitales en el ámbito de la gestión y el comercio electrónico.

Justificación de la actuación: El objetivo es la modernización de los comercios andaluces orientada a la adaptación a los nuevos hábitos de compra/demanda/relaciones con los clientes, de tal modo que les permita marcar la diferencia frente al resto de formatos, atrayendo a nuevos clientes con el fin de incrementar su productividad.

Prioridad: Alta



Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	
Importe	526.293,51 €	1.551.857,00 €	1.009.362,00 €	
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/77400/00 A1221082Y2 2016000549	1400170000 G/76A/77400/00 A1221082Y2 2016000549	1400170000 G/76A/77400/00 A1221082Y2 2016000549	
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Organizaciones representativas del sector			
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de subvenciones solicitadas H/M por año, DGC. 1.128 solicitudes (2018), desagregación H/M no disponible.				
Indicador de resultado/fuente de obtención: n.º de subvenciones concedidas, DGC. Concesiones (2018): 238 en total, 181 a personas físicas (H 66, M 115), 57 a personas jurídicas.				
Presupuesto ejecutado 2019. 414.695,04 €. (pendiente de verificación/fiscalización).				

Descripción de resultados: Mediante Resolución de 14 de noviembre de 2017, de la Dirección General de Comercio, se convocaron para el ejercicio 2018, las subvenciones a conceder, en régimen de concurrencia competitiva, para la modernización y aumento de la competitividad de las Pymes comerciales (Modalidad PYM). Dentro de esta línea de ayudas se incluía dos Tipologías de proyectos subvencionables, y es en la Tipología A donde se enmarca esta actuación, y que va dirigida a Proyectos de incorporación o actualización de Tecnologías de la Información y comunicación (TIC) que supongan mejoras en la gestión de la empresa y que no sea la mera obsolescencia de las herramientas tecnológicas, mayor presencia en internet, marketing digital e incorporación al comercio electrónico, por un importe máximo de 6.000 €, con la finalidad de aprovechar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para mejorar la calidad y eficacia de los servicios ofrecidos, así como para optimizar los procesos de venta de los mismos, hacen de las TIC un elemento estratégico para el sector comercial. Las empresas comerciales para seguir siendo competitivas y poder internacionalizar su oferta, han de incorporar el uso intensivo de las TIC. Por ello, incentivando el uso generalizado de las TIC en el sector comercial, mediante ayudas destinadas a la adopción de las TIC se contribuye al crecimiento, la competitividad y la internacionalización de estas empresas.

La convocatoria de esta línea de subvenciones dirigidas a los mencionados proyectos de tipología A contó con un presupuesto total inicial de 1.066.666 €. Fueron concedidas inicialmente 302 ayudas por un importe de 761.468,77 € de un total de 1.128 solicitudes y 2.694.736,59 € solicitados. Tras renunciar 64 beneficiarios por un importe de 170.972,77 €, el número de ayudas y el importe finalmente concedido fue de 238 (66 hombres, 115 mujeres y 57 empresas personas jurídicas) y 590.496,00 €, respectivamente. De éstas, 49 han perdido su derecho al cobro por importe de



119.241,63 €, por lo que el número de ayudas a abonar queda en 189 con un importe de 471.254,37 €.

De acuerdo con la forma de pago de estas subvenciones, 100% de su importe previa justificación, 11 de estas ayudas se pagaron en 2018 por importe de 16.579,75 €, 165 se pagaron en 2019 por importe de 414.695,04 €, y el resto se pagará durante este año 2020. De estas 165, 123 fueron a personas físicas, 75 mujeres y 48 hombres, y 42 a personas jurídicas.

1. Cuadro resumen de la convocatoria:

Convocatoria 2018 modalidad PYM	Expedientes	Importe €
Presupuesto total inicial		1.066.666
Solicitudes iniciales	1.128	2.694.736,59
Concesiones iniciales	302	761.468,77
Renuncias	64	170.972,77
Concesiones tras renunciaciones	238	590.496,00
Pérdida del derecho al cobro	49	119.241,63
Concesiones tras pérdida del derecho al cobro	189	471.254,37
Pagadas en 2018	11	16.579,75
Pagadas en 2019	165	414.695,04
A pagar en 2020 (datos provisionales)	12	39.979,58

2. Cuadro resumen de las subvenciones concedidas en 2018 por género y provincia:

Personas físicas	H 66
	M 115
Empresas	57
Total	238

Almería	17
Cádiz	38
Córdoba	52
Granada	21
Huelva	8
Jaén	31
Málaga	16
Sevilla	55
TOTAL	238



3. Cuadro resumen del número de proyectos subvencionados (una subvención puede contener más de un proyecto).

Implantación de software	146
Equipamiento terminal punto de venta (TPV)	112
Equipamiento informático de sobremesa	101
Actuaciones de comunicación, publicidad y marketing en internet o utilizando las nuevas tecnologías	53
Páginas web y APPs móviles	69
Portales de venta no presenciales (tienda online)	81
TOTAL	562

4. Cuadro resumen de subvenciones pagadas en 2019 por género y provincia.

Personas	H 48
Físicas	M 75
Empresas	42
Total	165

Almería	16
Cádiz	21
Córdoba	37
Granada	17
Huelva	8
Jaén	15
Málaga	12
Sevilla	39
TOTAL	165

5. Cuadro resumen del número de proyectos subvencionados cuyo pago se ha hecho en el 2019 (una subvención puede contener más de un proyecto).

Implantación de software	104
Equipamiento terminal punto de venta (TPV)	81
Equipamiento informático de sobremesa	66
Actuaciones de comunicación, publicidad y marketing en internet o utilizando las nuevas tecnologías	34
Páginas web y APPs móviles	49
Portales de venta no presenciales (tienda online)	63
TOTAL	397

De acuerdo con la información y datos aportados, podemos concluir que esta actuación prevista para el 2019 se ha ejecutado en un 78,8%, habiéndose concedido un total de 189 ayudas con un importe de 471.254,37 €, de las 1.128 solicitudes iniciales, de las cuales 165 se pagaron en 2019



por importe de 414.695,04 € de los 526.293,91€ previstos en el Plan Integral y que supone el 78,8% del mismo. De estas 165, 123 fueron a personas físicas, 75 mujeres y 48 hombres, y 42 a personas jurídicas.

Ficha de la actuación 1.1.4.3.: Itinerarios formativos en TICs. Sensibilización y formación en transformación digital para el sector comercio.				
Descripción: Se pondrá a disposición tanto de las personas comerciantes como de las trabajadoras una formación personalizada y adaptada a sus necesidades con la finalidad de que efectivamente conozcan las ventajas que aporta la transformación digital para la mejora de la productividad y la competitividad de sus negocios.				
Justificación de la actuación: Se facilita apoyo formativo adaptado a las necesidades de las empresas comerciales andaluzas para lograr que adquieran las habilidades y competencias necesarias en la economía digital.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	
Importe	10.000€	20.000€	10.000€	
Partidas Presupuestarias	1400018073 G/72A/60905/00 01 2004000291	1400018073 G/72A/60905/00 01 2004000291	1400018073 G/72A/60905/00 01 2004000291	
Órgano responsable	Dirección General de Economía Digital (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad) y SANDETEL			
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de acciones de sensibilización / formación, DGEDI				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de participantes H/M, DGEDI				
Presupuesto ejecutado 2019. Sin ejecución presupuestaria.				

Descripción de resultados: La Dirección General de Economía Digital de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad es el centro directivo responsable de la ejecución de esta actuación y aunque no se ejecutado en su totalidad, a 31 de diciembre de 2019 podemos concluir que se ha ejecutado un 30% de la misma tras el estudio y análisis para el diseño de la estrategia de sensibilización y formación más adecuada para el sector. Está previsto que los cursos comiencen en el primer semestre del ejercicio 2020.

A nivel presupuestario, esta actuación no ha tenido ejecución económica en 2019.



Ficha de la actuación 1.2.1.2.: Asesoramiento especializado dirigido a la implantación de prácticas y procesos innovadores en el sector comercial andaluz.				
Descripción: Consiste en prestar asesoramiento especializado a las empresas para, posteriormente implantar en los comercios andaluces las distintas formas de innovación detectadas.				
Justificación de la actuación: Esta actuación permitirá que, a través de la innovación, las empresas comerciales puedan crecer y posicionarse como líderes dentro de un mercado saturado.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	196.555,46 €	150.000 €	150.000 €	150.000 €
Partidas Presupuestarias	Fondos FEDER y 20% Procedentes del Ministerio de Industria (*)	1400010000 G/76A/60905/0 0 01 2019000281	11400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281	1400010000 G/76A/60905/0 0 01 2019000281
Órgano responsable		Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas		
Órgano Colaborador		Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)		
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de solicitudes recibidas / Cámaras Andaluzas: 117.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de diagnósticos realizados /Cámaras Andaluzas: 117.				
Presupuesto ejecutado 2019: 140.400 € (gasto máximo estimado)*.				

Descripción de resultados: Se trata de una actuación enmarcada dentro del Programa de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2019, que se desarrolla en el marco de colaboración entre la Secretaría de Estado de Comercio y la Cámara de Comercio de España.

Son acciones individuales, consistentes en la elaboración de diagnósticos de innovación comercial, con 117 beneficiarios. Desde Cámara de España, respecto a la desagregación entre H/M, se comunica que a día de hoy no disponen de esos datos.

Se trata de la realización de diagnósticos individualizados a pequeños comercios 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.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que se ha ejecutado al 100% esta actuación, con 117 empresas andaluzas beneficiarias que han obtenido un diagnóstico de innovación comercial de su



negocio, aunque el presupuesto previsto en el Plan Integral ascendía a 196.555,46 € finalmente Cámara de España ha comunicado que el coste máximo estimado de cada diagnóstico asciende a 1.200 €, por lo que el gasto máximo estimado que se ha ejecutado es de 140.400 €, que supone un 71,43% del total.



2.b) OBJETIVO ESTRATÉGICO 2 (en adelante OE2), POTENCIAR UNA ORDENACIÓN COMERCIAL RACIONAL Y EQUILIBRADA.

Descripción: Con este objetivo se trata de impulsar la adecuación urbanístico-comercial, la calidad y la excelencia en el comercio, analizando la implantación de medidas de eficiencia energética, impulsando el comercio en el medio rural y la lucha contra el intrusismo. 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. Todo ello con la finalidad de que el planeamiento territorial garantice la optimización de la ordenación de la actividad comercial en las áreas de comercio y servicios de las ciudades ya que, el pequeño comercio ejerce un importante papel económico y social, proporcionando servicios y bienes accesibles y cercanos a la ciudadanía, caracterizando los barrios y las ciudades y constituyendo, en muchos casos, una parte de su espacio histórico y de su patrimonio cultural.

Este segundo Objetivo Estratégico se estructura en las siguientes cuatro líneas estratégicas:

LE 2.1: El impulso de la mejora y la adecuación urbanístico-comercial, con veintiuna actuaciones, de las que ocho conllevan ejecución en 2019;

LE 2.2: Hacia un comercio sostenible, con tres actuaciones que no presentan ejecución en 2019;

LE 2.3: Impulso del comercio en el medio rural, con tres actuaciones que no presentan ejecución en 2019;

LE 2.4: Defensa de los intereses comerciales, con cinco actuaciones, de las que una se ejecuta en 2019.

A continuación se expone la información básica de las actuaciones incardinadas en el OE2 con ejecución prevista para el 2019.

Ficha de la actuación 2.1.2.1.: Subvenciones dirigidas a PYMEs comerciales para la adquisición de equipamientos comerciales y dirigidas a su expansión mediante la apertura de un segundo punto de venta.

Descripción: Consiste en la concesión de ayudas para proyectos de modernización y actualización de las PYMEs comerciales andaluzas de forma prioritaria, dirigidas a la modernización de la imagen del espacio de venta, ya sea físico o virtual dirigido a la atracción de nueva clientela, contribuyendo así a incrementar su rentabilidad económica y en definitiva a su supervivencia. Así como para la expansión de las mismas mediante la apertura de un segundo punto de venta.

Justificación de la actuación: El objetivo es su modernización y su expansión, de tal modo que les permita marcar la diferencia frente al resto de formatos, atrayendo a nuevos clientes con el fin de incrementar su productividad.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución	2019	2020	2021	2022



(Anualidad)	X	X	X	X
Importe	980.881,88 €	3.883.103,00 €	2.780.512, 00 €	
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/77400/0 O A1341001Y2 2016000555	1400170000 G/76A/77400/0 O A1341001Y2 2016000555	1400170000 G/76A/77400/0 O A1341001Y2 2016000555	
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Organizaciones representativas del sector			
Indicador de realización/fuente de obtención: n.º de solicitudes recibidas H/M, DGC. 1.054, desglose datos H/M no disponible.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de proyectos subvencionados H/M (según tipología, provincia), DGC. El número de proyectos subvencionados asciende a 410 sobre 162 subvenciones (una subvención puede contener más de un proyecto). Los datos de desagregación H/M se ofrecen sobre las subvenciones concedidas (2018): 162 en total, 112 a personas físicas (H 46, M 66), 50 a personas jurídicas.				
Presupuesto ejecutado 2019. 764.529,52 €. (pendiente de verificación/fiscalización)				

Descripción de resultados: Mediante Resolución de 14 de noviembre de 2017, de la Dirección General de Comercio, se convocaron para el ejercicio 2018, las subvenciones a conceder, en régimen de concurrencia competitiva, para la modernización y aumento de la competitividad de las Pymes comerciales (Modalidad PYM).

Dentro de esta línea de ayudas se incluía dos Tipologías de proyectos subvencionables, y es en la Tipología B donde se enmarca esta actuación, y que va dirigida a Proyectos de actualización, diversificación y expansión de la empresa comercial, por un importe máximo de 15.000 €, con la finalidad de promover el crecimiento y la competitividad de estas empresas, aumentando su rentabilidad económica y su capacidad para generar empleo.

La convocatoria de esta línea de subvenciones dirigidas a los mencionados proyectos de tipología A contó con un presupuesto total inicial de 2.839.417 €. Fueron concedidas inicialmente 196 ayudas por un importe de 1.308.994,05 € sobre un total de 1.054 solicitudes y 4.117.932,39 € solicitados. Tras renunciar 34 beneficiarios por un importe de 207.579,17 €, el número de ayudas y el importe finalmente concedido fue de 162 y 1.101.414,88 €, respectivamente. De éstas, 38 han perdido su derecho al cobro por importe de 238.013,20 €, por lo que el número de ayudas a abonar queda en 124 con un importe de 863.401,68 €.



De acuerdo con la forma de pago de estas subvenciones, 100% de su importe previa justificación, 6 de estas ayudas se pagaron en 2018 por importe de 24.904,97 €, 110 se pagaron en 2019 por importe de 764.529,52 €, y el resto se pagará durante este año 2020.

1. Cuadro resumen de la convocatoria:

Convocatoria 2018 modalidad PYM	Expedientes	Importe €
Presupuesto total inicial		2.839.417
Solicitudes iniciales	1.054	4.117.932,39
Concesiones iniciales	196	1.308.994,05
Renuncias	34	207.579,17
Concesiones tras renunciaciones	162	1.101.414,88
Pérdida del derecho al cobro	38	238.013,20
Concesiones tras pérdida del derecho al cobro	124	863.401,68
Pagadas en 2018	6	24.904,97
Pagadas en 2019	110	764.529,52
A pagar en 2020 (datos provisionales)	8	73.967,19

2. Cuadro resumen de las subvenciones concedidas en 2018 por género y provincia:

Hombres	46
Mujeres	66
Empresas	50
Total	162

Almería	14
Cádiz	19
Córdoba	39
Granada	18
Huelva	10
Jaén	23
Málaga	16
Sevilla	23
TOTAL	162

3. Cuadro resumen del número de proyectos correspondientes a 2018 (una subvención puede contener más de un proyecto).

Ampliación y reforma del establecimiento	69
Adquisición de equipamiento y mobiliario comercial	101
Innovación y modernización de la imagen corporativa, interiorismo y escaparatismo	73



TOTAL	243
--------------	------------

4. Cuadro resumen de las subvenciones concedidas en 2019 por género y provincia:

Hombres	29
Mujeres	48
Empresas	33
Total	110

Almería	13
Cádiz	9
Córdoba	27
Granada	16
Huelva	7
Jaén	11
Málaga	12
Sevilla	15
TOTAL	110

5. Cuadro resumen del número de proyectos correspondientes a 2019 (una subvención puede contener más de un proyecto).

Ampliación y reforma del establecimiento	49
Adquisición de equipamiento y mobiliario comercial	69
Innovación y modernización de la imagen corporativa, interiorismo y escaparatismo	49
TOTAL	167

De acuerdo con la información y datos aportados, podemos concluir que esta actuación prevista para el 2019 se ha ejecutado al 78%, habiéndose concedido un total de 162 ayudas con un importe de 1.101.414,88 €, de las 1.054 solicitudes iniciales, de las cuales 110 se pagaron en 2019 por importe de 764.529,52 € de los 980.881,88€ previstos en el Plan Integral y que supone el 78% del mismo. De estas 110 ayudas pagadas en 2019, 77 fueron a personas físicas, 48 mujeres y 29 hombres, y 33 a personas jurídicas.

Ficha de la actuación 2.1.3.2.: Elaboración de un Manual práctico para los gestores de las Asociaciones promotoras de Centros Comerciales Abiertos.

Descripción: Diseño y elaboración de un manual práctico con herramientas de planificación y gestión que pueda ser utilizado en el día a día por los gestores de los CCAs. También contendrá buenas prácticas de gestión.

Justificación de la actuación: Con esta medida se trata de mejorar el formato con la profesionalización de los gerentes.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución	2019	2020	2021	2022
---------------------------	------	------	------	------



(Anualidad)	X			
Importe	53.404 €			
Partidas Presupuestarias	(*)			
Órgano responsable	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad) Organizaciones representativas del sector			
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector			
Indicador de realización/fuente de obtención: elaboración del manual, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: grado de satisfacción de los gestores de CCAs, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación.				
Presupuesto ejecutado 2019*. Estimado en 34.000 €, para un gasto máximo previsto de 37.875,58 €. La actuación no ha finalizado, por lo que esta cifra es provisional.				

(*) Aclaración: El importe del presupuesto previsto para esta actuación (53.404 €) es común para las actuaciones 2.1.3.2, 2.1.3.3 y 2.1.3.6.

La aportación del Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación es de 53.404 €, y la aportación de la Junta de Andalucía es de 136.298,35 € (en 2018 por la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, en virtud del Segundo Convenio Específico de colaboración entre la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria, y Navegación para la puesta en marcha de actuaciones de impulso del sector comercio en Andalucía 2018 – 2019, de 18 de diciembre de 2018 (<https://juntadeandalucia.es/organismos/sobre-junta/funcionamiento/convenios/detalle/162786.html>), modificado por la Adenda del Segundo Convenio Específico de colaboración entre la entonces Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, actual Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación para la puesta en marcha de actuaciones de impulso del sector comercio en Andalucía 2018 – 2019, de 9 de julio de 2019). Por tanto, el importe total disponible común para estas tres actuaciones asciende a 189.702,35 €.

Descripción de resultados: El Consejo Andaluz de Cámaras y la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, en el marco del Segundo Convenio Específico de Colaboración para la financiación, definición, desarrollo y ejecución de actuaciones de impulso al sector comercio, han diseñado la elaboración un “Manual Práctico para Gestores de Centros Comerciales Abiertos”.

El Manual pretende ser una guía o herramienta de trabajo para que los profesionales que día a día están trabajando para la revitalización comercial de los centros urbanos mediante este formato comercial, dispongan de conocimientos, técnicas y estrategias suficientes en las diferentes y complejas situaciones a las que se enfrentan día a día (normativa, financiación, impulso del asociacionismo, estrategia y política comercial, negociaciones y acuerdos con proveedores y la administración pública, etc.).



A su vez, el Manual tiene por objetivo que las personas que se dedican a la gerencia de un CCA lo utilicen como herramienta de trabajo para implementar acciones dirigidas a la mejora de la gestión del CCA.

El Manual pretende dar respuesta a aquellas consultas, dudas y casuísticas que las gerencias de CCA manifiestan o se pueden encontrar a lo largo del desarrollo de su labor, muchas de ellas planteadas en los contactos previos que se han tenido con los Centros Comerciales Abiertos reconocidos en Andalucía y en particular por el CCA Casco Antiguo de Marbella, CCA Almería Centro, CCA Valverde del Camino, CCA Eliossana (Lucena), CCA Cabra, CCA Ayamonte, CCA Las Palmeras (Jaén), Cádiz Centro Comercial Abierto, CCA Isla Comercio (San Fernando), CCA Úbeda, CCA Torremolinos, CCA Loja, CCA Huétor-Tájar, CCA Benalmádena, CCA Algeciras, CCA Nerja, CCA El Puerto de Santa María, CCA Antequera y CCA Alcentro (Sevilla), planteando sus valoraciones sobre las necesidades de conocimiento y/o gestión que consideraban imprescindibles para ejercitar correctamente sus funciones como gestores de CCA en las diversas materias que le implican (búsqueda de financiación, incremento del asociacionismo, generación de recursos, relación con la administración, etc.) y facilitarles así la compleja labor que llevan a cabo para consolidar y hacer más competitivas las empresas comerciales y de servicios de los centros urbanos de nuestras ciudades.

De acuerdo con lo anterior, a 31 de diciembre de 2019, la elaboración del mencionado Manual aún estaba en elaboración, habiéndose ejecutado el 50% de la actuación así como el 89,77% del presupuesto previsto en el Convenio, estando prevista la elaboración definitiva del mismo durante el primer semestre de 2020.

En cuanto al grado de satisfacción del manual, se tendrá una vez que el mismo se haya distribuido entre los CCAs y se haga una encuesta de satisfacción entre sus destinatarios. Por tanto, será una información que se dará en el informe de evaluación del 2020.

Ficha de la actuación 2.1.3.3.: Realización de talleres prácticos dirigidos a personas comerciantes y trabajadoras de empresas comerciales integradas en un Centro Comercial Abierto.				
Descripción: Realización de un taller práctico en cada Centro Comercial Abierto reconocido sobre materias de interés para el sector comercial andaluz (p.e. visual retails o neuromarketing).				
Justificación de la actuación: Avanzar en la profesionalización del sector comercial andaluz incrementando así su competitividad.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X			
Importe	53.404 €			
Partidas Presupuestarias	(*)			
Órgano responsable	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio,			



	Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de talleres realizados, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación. Visual Retail: 31 talleres. Neuromarketing: 7 talleres. Webinar: 1.	
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de personas asistentes H/M, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación Total de asistentes a los talleres y al webinar: 652 participantes, 180 H, 472 M Desglosado por tipo de taller: - Visual Retail (escaparatismo): 541 participantes, 133 H, 408 M. - Neuromarketing: 87 participantes, 37 H, 50 M. - Webinar: 24 participantes, 10 H, 14 M.	
Presupuesto ejecutado 2019*. Estimado en 70.900 €, para un gasto máximo previsto de 71.963,89 €. (pendiente de verificación/fiscalización).	

* Ver aclaración de la actuación 2.1.3.2.

Descripción de resultados: El Consejo Andaluz de Cámaras y la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, en el marco del Segundo Convenio Específico de Colaboración para la financiación, definición, desarrollo y ejecución de actuaciones de impulso al sector comercio, prevé la realización de 38 talleres a elegir entre alguna de las materias que se propongan de interés para los comerciantes de los CCA (por ejemplo visual retail o neuromarketing) contando para ello con el apoyo de las Cámaras de Comercio y de las Delegaciones Territoriales de Empleo, Formación, Trabajo Autónomo, y Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, así como de los propios CCA reconocidos por la Administración de la Junta de Andalucía, de acuerdo con la Orden de 7 de mayo de 2010, de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, por la que se establece el procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía.

En 2019, se han desarrollado un total de 39 talleres de los 38 inicialmente previstos, de los cuales 38 han sido presenciales y 1 fue webinar, en los cuales han participado un total de 652 participantes, 180 hombres y 472 mujeres.

Del mismo modo, se facilitaron cuestionarios de satisfacción a los participantes en los talleres. En la encuesta se ha valorado de 1 a 5 los siguientes aspectos: organización del taller, formador, contenidos del taller, aplicación a mi comercio/puesto de trabajo, y por último una valoración global del taller. La valoración media del conjunto es de 4,67 puntos.



De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que la actuación se ha desarrollado al 100%, habiéndose ejecutado un presupuesto de 70.900 € de los 71.963,89 € previstos en el Convenio.

Ficha de la actuación 2.1.3.4: Fomento de los Centros Comerciales Abiertos o figura análoga.				
Descripción: Ayudas dirigidas a las asociaciones promotoras de Centros Comerciales Abiertos o figura análoga para realizar actuaciones de dinamización y promoción del comercio minorista.				
Justificación de la actuación: Contribuir a la modernización y revitalización de los espacios comerciales tradicionales, generando así impactos positivos de carácter económico, social y urbano, en el desarrollo sostenible de nuestros pueblos y ciudades.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	430.000 €	2.340.000 € *	2.340.000 € *	2.340.000 € *
Partidas Presupuestarias	1400010000 G/76A/78403/0 0 01 2001000602	1400010000 G/76A/78403/0 0 01 2001000602	1400010000 G/76A/78403/0 0 01 2001000602	1400010000 G/76A/78403/0 0 01 2001000602
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector			
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de ayudas solicitadas, DGC. 34 ayudas solicitadas.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de ayudas concedidas, DGC. 29 ayudas concedidas.				
Presupuesto ejecutado 2019. 306.192,58 €.				

Descripción de resultados: Mediante Resolución de 23 de marzo de 2018, de la Dirección General de Comercio, se convocaron para el ejercicio 2018, las subvenciones a conceder en régimen de concurrencia competitiva en materia de comercio destinadas a promover las relaciones de cooperación del Sector Comercial Andaluz, así como a impulsar el asociacionismo comercial en todos sus niveles y la creación y consolidación de los Centros Comerciales Abiertos (Modalidad ASC-CCA). Dentro de estas subvenciones se enmarcaba esta actuación con un presupuesto total inicial de 1.274.120 € dirigido a Asociaciones, Federaciones y Confederaciones de comerciantes minoristas promotoras de CCAs reconocidos, el 75% a pagar en 2018, 955.590 €, y el 25% en 2019, 318.530 €, de acuerdo con la forma de pago establecida en sus bases reguladoras.



De las 29 ayudas concedidas por importe de 1.224.770,30 € sobre un total de 34 solicitudes y 1.575.375,39 € solicitados. En 2019, se pagó el 25% sobre los importes concedidos finalmente, es decir, 306.192,58€.

Cuadro resumen de la convocatoria:

Modalidad ASC-CCA a promotores de CCA's reconocidos	Expedientes	Importe €
Presupuesto total inicial		1.274.120,00
Solicitudes iniciales	34	1.575.375,39
Concesiones iniciales	29	1.224.770,30
Pagadas en 2019		306.192,58

Podemos concluir que esta actuación se ha desarrollado al 71,4% habiéndose pagado el importe correspondiente al 25% de las 29 subvenciones concedidas en 2018 a las Asociaciones promotoras de CCA, una vez justificadas, que ha supuesto un total 306.192,58€ de los 430.000 € previstos en el Plan Integral que supone el 71,4%.

Asimismo, dirigido al fomento de los Centros Comerciales Abiertos, dentro de esta convocatoria de subvenciones se contempla una línea dirigida a los Ayuntamientos que cuenten en su municipio con, al menos, un CCA reconocido o en proyecto, y se presupuestaron 795.000 € (596.250 € a pagar en 2018 y 198.750 € en 2019). A los Ayuntamientos se les concedieron 16 ayudas por importe de 790.824,09€ sobre un total de 30 solicitudes y 1.964.836,28€ solicitados. En 2019, se pagó el 25% sobre los importes concedidos finalmente, es decir, 197.706,02€. Estas ayudas se corresponderían con la actuación 2.1.1.1, que no tiene ejecución en 2019.

Ficha de la actuación 2.1.3.6.: Realización de Talleres formativos presenciales en TICs dirigidos a personas comerciantes y trabajadoras de empresas comerciales integradas en un Centro Comercial Abierto y programa formativo online para las gerencias de los mismos.

Descripción: Se impartirán talleres formativos presenciales en materia TICs dirigidos a personas comerciantes y trabajadoras de empresas comerciales integradas en un Centro Comercial Abierto y un programa formativo on line para sus gerencias. Las personas asistentes finalizarán la formación de manera práctica, poniendo en valor el potencial de la digitalización en el sector comercial.

Justificación de la actuación: Capacitar mediante formación presencial y on line en el uso de las Nuevas Tecnologías en sus empresas y organizaciones.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X			
Importe	53.404 €			



Partidas Presupuestarias	(*)			
Órgano responsable	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención: n.º de talleres realizados, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación. N.º de talleres TICs realizados: 13. Programas formativos online para gerentes: 1				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de asistentes a los diferentes talleres H/M, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación Asistentes: 282, 115 H, 167 M. - A Talleres TICs: 256, 104 H, 152 M. - Programas formativos online para gerentes: 26, 11 H, 15 M.				
Presupuesto ejecutado 2019*. Estimado en 63.500 €, para un gasto máximo previsto de 79.862,89 €. La actuación como actividad ha finalizado, aunque la gestión económica está pendiente de verificación/fiscalización.				

* Ver Aclaración de la actuación 2.1.3.2

Descripción de resultados: El Consejo Andaluz de Cámaras y la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, en el marco del Segundo Convenio Específico de Colaboración para la financiación, definición, desarrollo y ejecución de actuaciones de impulso al sector comercio, prevé la realización de 13 talleres formativos presenciales, uno por cada demarcación cameral, y un programa formativo online para los gestores de los CCA. La duración de cada taller ha sido de 3 horas y media divididas en tres bloques: Presente y futuro del pequeño comercio en la realidad digital, Digitalizar tu comercio, el siguiente paso para el éxito. Modernización de la gestión, CRM, ERP, y Ayudas e incentivos para la implantación de las TIC's e impulsar el pequeño comercio; por último, incluye un debate: Las TIC's en el pequeño comercio, realidades del día a día.

Se han facilitado cuestionarios de satisfacción a los participantes en los talleres. En la encuesta se ha valorado de 1 a 5 los siguientes aspectos: organización del taller, formador, contenidos del taller, aplicación a mi comercio/puesto de trabajo, y por último una valoración global del taller. La valoración media del conjunto es de 4,44 puntos.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que la actuación se ha desarrollado al 100%, habiéndose desarrollado los 13 talleres previstos y uno on line, al que han asistido un total de 282 personas, 115 hombres y 167 mujeres, y se ha ejecutado un presupuesto de 63.500 € de los 79.862,89 € previstos en el Convenio.



Ficha de la actuación 2.1.4.2.: Programa de inicio a la digitalización de los mercados de abastos.

Descripción: Programa que persigue como fin principal introducir a los Mercados de Abastos de Andalucía en la incorporación a sus negocios del uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales para conseguir mejoras radicales y disruptivas, que puedan convertirse en una ventaja competitiva de su actividad económica. Teniendo en cuenta que los mercados parten de un grado muy bajo de uso tecnológico, nulo en algunos casos, se proyecta una actuación progresiva que permita una incorporación segura, estable y de éxitos en el entorno web, y mejorar el alcance y conocimiento del mercado y sus características, la involucración de sus comerciantes, y en definitiva el incremento de ventas y la actividad económica en el mercado y su entorno directo.

Justificación de la actuación: Capacitar a los negocios ubicados en el Mercado en el uso de los nuevos medios tecnológicos que les permiten mejorar la atención tanto al cliente actual como potencial o futuro.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	

Importe	20.800 €	155.000 €	155.000 €	
----------------	----------	-----------	-----------	--

Partidas Presupuestarias	(*)	1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281	1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281	
---------------------------------	-----	---	---	--

Órgano responsable	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)
---------------------------	--

Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias / Organizaciones representativas del sector.
---------------------------	---

Indicador de realización/fuente de obtención: N° de mercados participantes, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación.
13 mercados participantes.

Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de personas que participan en las distintas medidas H/M, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación.
Participantes: 378, 235 H, 143 M.

Presupuesto ejecutado 2019*. Estimado en 157.200 €, para un gasto máximo previsto de 176.102,17 €. (pendiente de verificación/fiscalización).

(*) Aclaración: El importe del presupuesto previsto de 20.800 € para esta actuación es la aportación correspondiente al Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación; además, en 2018 se aportaron 155.302,17 € por la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, en virtud del Segundo Convenio Especifico de colaboración entre la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio y el



Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria, y Navegación para la puesta en marcha de actuaciones de impulso del sector comercio en Andalucía 2018 – 2019, de 18 de diciembre de 2018, modificado por la Adenda del Segundo Convenio Específico de colaboración entre la entonces Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, actual Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación para la puesta en marcha de actuaciones de impulso del sector comercio en Andalucía 2018 – 2019, de 9 de julio de 2019. Por tanto, el importe total disponible para esta actuación asciende a 176.102,17 €.

Descripción de resultados: El Consejo Andaluz de Cámaras y la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, en el marco del Segundo Convenio Específico de Colaboración para la financiación, definición, desarrollo y ejecución de actuaciones de impulso al sector comercio, preveía la ejecución del Proyecto “Digitaliza tu mercado 1.0”, actuación que consiste en el desarrollo de un programa de transformación digital a desarrollar en 13 mercados andaluces. Al amparo del mismo se capacita a los comerciantes para utilizar los nuevos medios tecnológicos que les permitan mejorar la atención al cliente actual y atraer a nueva clientela, contribuyendo a mejorar su posicionamiento en los nuevos modelos de negocio.

Esta actuación es la segunda etapa del proyecto iniciado al amparo del Primer Convenio Específico de Colaboración, firmado en el ejercicio 2017. Cuenta con un portal web ya creado y ubicado en la dirección <http://digitalizatumercado.es>

El proyecto contempla la ejecución de las siguientes fases:

Fase I. Selección de los trece mercados municipales de abastos participantes. La selección de los trece mercados participantes se realizará tras un análisis previo por parte de las Delegaciones Territoriales de la Consejería en colaboración con las Cámaras de la provincia correspondiente, en el que se tendrá en cuenta la madurez tecnológica y el interés de los comerciantes del mercado por participar en el proyecto.

Fase II: Acciones preparatorias y de diagnóstico de cada mercado. Definición del punto de partida de cada mercado participante, que se realizará mediante la recopilación de la información necesaria de todos los comerciantes del mismo.

Fase III. Acciones de Transformación. Se procederá a elaborar el diseño o adaptación de la imagen e identidad corporativa y el diseño de una página web de cada mercado .

Fase IV. Acciones de Comunicación y Marketing. Se elaborará para cada mercado un Plan estratégico de Marketing digital y de dinamización de redes sociales.

Fase V. Acciones de información, sensibilización y capacitación. Mediante jornadas y talleres se capacitará a los comerciantes para el uso de las nuevas tecnologías, a fin de que saquen el máximo partido a las herramientas que se van a poner en marcha, y dotarles de las habilidades digitales necesarias que garanticen la continuidad de las acciones implantadas. Asimismo, se elaborará un manual básico de utilización de las herramientas, adaptado a las características del mercado que se entregará a los comerciantes.

Fase VI. Acciones de difusión del proyecto. Se realizarán actuaciones de difusión previa y posterior del proyecto en el que se muestren los objetivos y los principales logros obtenidos. Entre estas actuaciones se incluyen un video de promoción del proyecto y un video final con los resultados del mismo, así como una jornada final. Además, se desarrollará un panel informativo de cada uno de los mercados.



Fase VII. Seguimiento y evaluación del proyecto. Se diseñarán instrumentos de seguimiento y evaluación de las actuaciones implementadas, que permitan verificar la efectividad de las medidas puestas en marcha tanto en los trece mercados desarrollados en el marco del primer convenio específico, como en los trece mercados seleccionados al amparo del presente convenio.

Esta actuación se enmarca en el artículo 10 f) del Decreto 104/2019, de 12 de febrero, por el que se regula la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad que establece entre una de las competencias de la Dirección General de Comercio “El impulso a la innovación y modernización tecnológica, y mejora de la competitividad a las pymes comerciales andaluzas”. En este ámbito tiene atribuidas, con carácter general, las competencias de ordenación, promoción y desarrollo del comercio.

En ejecución del mencionado proyecto, los mercados de abastos seleccionados en el 2019 han sido: Ayamonte, Virgen del Rosario (Cádiz), Central (Cádiz), Ciudad Jardín (Córdoba), Montilla, Montequinto (Sevilla), Huéscar, Ronda, Marbella, Adra, El Ejido, Cartaya y Dos Hermanas. El grado de implicación medio es del 65 %.

Las acciones realizadas en 2019 han consistido en la elaboración de Diagnósticos de Transformación Digital y recopilación de contenido audiovisual a comerciantes y dirección de los mercados de abastos, elaboración del Plan de Actuación de cada Mercado, la Creación de una Identidad Gráfica, la elaboración del Manual de Identidad Gráfica de cada Mercado, la elaboración del Plan de Marketing Digital de cada Mercado, la Creación de una Página Web por Mercado, la Creación de Redes Sociales de cada Mercado, y el desarrollo de Jornadas de Sensibilización dirigidas a los comerciantes.

No obstante, a 31 de diciembre de 2019 se encuentran pendientes de ejecutar tres de las trece Jornadas de difusión de los resultados, concretamente las del mercado de El Ejido en Almería, en el de Virgen del Rosario y en el Mercado Central, ambos en Cádiz capital.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación se ha desarrollado al 89,27% habiéndose llevado a cabo el proyecto en 13 Mercados de Abastos Andaluces de los 13 previstos en el Plan, habiendo participado un total de 378 personas comerciantes en el Proyecto, 235 hombres y 143 mujeres, y se ha ejecutado un presupuesto total de 157.200 €, para un gasto máximo previsto en el Convenio de 176.102,17 €, que supone un 89,27%.

Ficha de la actuación 2.1.4.3.: Programa avanzado de digitalización de los Mercados de Abastos.

Descripción: Tiene por objeto la implantación en los Mercados de abastos andaluces de una herramienta de comercio electrónico adaptada a las necesidades y características específicas de este formato comercial para la venta online de los productos del mercado.

Justificación de la actuación: Acercar los productos frescos del mercado a un mayor público, que no tiene posibilidad de realizar personalmente la experiencia de compra, a la vez que se amplía el área de influencia de los mercados de abastos.



Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	
Importe	20.800 €	185.000 €	185.000 €	
Partidas Presupuestarias	(*)	1400010000 G/76A/60905/0 0 01 2019000281	1400010000 G/76A/60905/0 0 01 2019000281	
Órgano responsable	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias / Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de mercados participantes, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación. 10 mercados participantes.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de personas que participan en las distintas medidas H/M, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación. Participantes: 188, 114 H, 74 M.				
Presupuesto ejecutado 2019*. Estimado en 170.900 €, para un gasto máximo previsto de 206.200,57 €. La actuación no ha finalizado, por lo que esta cifra es provisional.				

(*) Aclaración: El importe del presupuesto previsto de 20.800 € para esta actuación es la aportación correspondiente al Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación; además, en 2018 se aportó 185.400,57 € por la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, en virtud del Segundo Convenio Específico de colaboración entre la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria, y Navegación para la puesta en marcha de actuaciones de impulso del sector comercio en Andalucía 2018 – 2019, de 18 de diciembre de 2018, modificado por la Adenda del Segundo Convenio Específico de colaboración entre la entonces Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, actual Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación para la puesta en marcha de actuaciones de impulso del sector comercio en Andalucía 2018 – 2019, de 9 de julio de 2019. Por tanto, el importe total disponible para esta actuación asciende a 206.200,57 €.

Descripción de resultados: El Consejo Andaluz de Cámaras y la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, en el marco del Segundo Convenio Específico de Colaboración para la financiación, definición, desarrollo y ejecución de actuaciones de impulso al sector comercio, preveía la ejecución del Proyecto “Digitaliza tu Mercado 2.0”, que tiene por objeto la



implantación en trece mercados andaluces de una herramienta de comercio electrónico adaptada a las necesidades y características específicas de este formato comercial.

Con esta herramienta se pretende acercar los productos frescos del mercado a un mayor público, que no tiene posibilidad de realizar personalmente la experiencia de compra, a la vez que se amplía el área de influencia de los mercados de abastos.

Esta actuación pretende ser una experiencia piloto, que pueda ser posteriormente transferida a otros mercados de la comunidad.

El proyecto se desarrolla en las siguientes etapas:

Fase I. Selección de los trece mercados municipales de abastos participantes. La selección de los trece mercados participantes se realizará tras un análisis previo por parte de las Delegaciones Territoriales de la Consejería en colaboración con las Cámaras de la provincia correspondiente, en el que se tendrá en cuenta la madurez tecnológica y el interés de los comerciantes del mercado por participar en el proyecto.

Fase II. Análisis previo de la situación de partida de los mercados participantes. En este análisis previo se recogerán las necesidades detectadas por los comerciantes y, en su caso, la experiencia previa en la utilización de herramientas tecnológicas aplicadas al comercio on-line.

Fase III. Diseño y construcción de la herramienta. Se desarrollará una herramienta de comercio electrónico adaptada al formato comercial de los mercados de abastos, con una tecnología que permita su fácil adaptación a nuevos mercados, con el fin de conseguir una transferencia del proyecto a todos los mercados andaluces interesados en sucesivas etapas.

Fase IV. Implementación de la herramienta en los trece mercados previamente seleccionados. Una vez diseñada, se implementará la herramienta en cada uno de los mercados.

Fase V. Formación de los comerciantes en su utilización y acompañamiento en la implementación de la herramienta. Mediante jornadas presenciales, se desarrollará la formación necesaria para implementar la herramienta, que será complementada con una asistencia personalizada a los comerciantes, por vía telefónica y on-line durante al menos tres meses tras la efectiva puesta en funcionamiento de la herramienta.

Fase VI. Evaluación de los resultados. En paralelo a la implementación del proyecto se diseñarán herramientas que permitan medir tanto los resultados de puesta en marcha del proyecto, el uso de la herramienta por los comerciantes y el impacto del mismo sobre las ventas, como posibles mejoras a introducir en la herramienta.

Fase VII. Difusión de los resultados obtenidos. Se realizarán actuaciones de difusión del proyecto en el que se muestren los principales logros obtenidos y la demostración de la herramienta.

En ejecución del mencionado proyecto, los mercados de abastos seleccionados en el 2019 han sido: Adra, San Agustín (Granada), Montilla, Andújar, Peñamefécit (Jaén), Ronda, La Encarnación (Sevilla), La Línea, La Corredera (Córdoba) y Ayamonte. En los casos de los mercados que han participado en la actuación 2.1.4.2: Programa de inicio a la digitalización de los Mercados de Abastos y en esta (Adra, Montilla, Ronda y Ayamonte) sus respectivos Ayuntamientos disponían de planes estratégicos para la implantación de un proceso de transformación digital y por ese motivo se ha procedido a implantar ambos proyectos: Digitaliza 1.0 y 2.0. El valor del grado de implicación medio es aproximadamente del 50%.



Las Acciones realizadas en 2019 han consistido en la realización de acciones previas de estudio (estudio y análisis previo de situación, definición del catálogo de productos), acciones de evolución de la venta online (propuesta de diseño de la solución tecnológica, diseño del método logístico de distribución, implantación de plataformas), acciones de implementación (acciones de sensibilización y capacitación; seguimiento y apoyo al comerciante), acciones de seguimiento y evaluación (seguimiento de las actuaciones, valoración de la satisfacción de los comerciantes), acciones de difusión (plan de comunicación; diseño de la identidad e imagen corporativa).

Teniendo en cuenta la escasa digitalización de esta modalidad comercial como son los Mercados de Abastos, y que el proyecto Digitaliza tu Mercado 2.0, requiere que los mercados seleccionados cuenten con un cierto avance digital, finalmente este proyecto solo ha podido ponerse en marcha en 10 mercados de los 13 previstos tanto en el Plan Integral como en el Convenio.

A 31 de diciembre de 2019 aún quedaba pendiente de desarrollar la Jornada de difusión de los resultados del proyecto en tres de los diez mercados participantes, concretamente en los de Adra, en Almería, Andújar, en Jaén y el Mercado de la Encarnación en Sevilla. También se encontraba pendiente de realización el video en los diez mercados.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación se ha desarrollado en un 77% al haberse ejecutado en 10 Mercados de los 13 previstos inicialmente, habiendo participado un total de 188 personas personas comerciantes en el Proyecto, 114 hombres y 74 mujeres, y se ha ejecutado un presupuesto total de 170.900 €, para un gasto máximo previsto en el Convenio de ,206.200,57 € que supone un 82,88%.

Ficha de la actuación 2.1.6.4. Actualización permanente del censo de mercadillos en Andalucía.				
Descripción: Se pondrá en marcha un cuestionario dirigido a los Ayuntamientos andaluces para la actualización anual del censo de mercadillos de Andalucía.				
Justificación de la actuación: Conocimiento permanente de la situación socioeconómica del sector y de la actividad comercial ambulante.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	13.648,80 €	Medios propios	Medios propios	Medios propios
Partidas Presupuestarias	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916			
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias /			



	Organizaciones representativas del sector.
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de actualizaciones del censo. DGC. 1 actualización, El Comercio Ambulante en Andalucía 2019.	
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de ayuntamientos participantes por año. DGC. 785 ayuntamientos.	
Presupuesto ejecutado 2019. 13.648,80 €.	

Descripción de resultados: En 2019 se ha culminado con la elaboración del nuevo Censo del Comercio Ambulante de Andalucía y que al igual que en la anterior publicación del 2013, la elaboración de este estudio, se ha centrado en la modalidad de comercio ambulante en la que sigue recayendo el mayor peso de representatividad de entre las tres modalidades que se regulan, es decir, en el Comercio en Mercadillos.

Para ello y en ejecución del Primer Convenio Especifico con el Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación se procedió a la realización de acciones encaminadas a la recopilación de datos sobre la situación actual del comercio ambulante en Andalucía. Para ello se diseñó un cuestionario para los Ayuntamientos cuyo objetivo era la recogida de información sobre todos los Mercados Ambulantes que se desarrollan en nuestra Comunidad y que permita mostrar una imagen fiel de este tipo de actividad económica.

El Cuestionario elaborado recopila una completa cadena de datos primarios que al ser procesados ha permitido la obtención de una cuantiosa información a través de la proporción de numerosas variables. Con las reseñas recogidas se ha podido conocer la distribución espacial, la frecuencia y distribución temporal y en general toda aquella información de interés que ha servido para verificar la importancia del comercio ambulante dentro del sector comercial andaluz. El cuestionario se dividió en 2 partes para una mayor eficacia en la obtención de datos:

- Cuestionario N° 1 : Datos Generales del Municipio.
- Cuestionario N°2 : Datos Generales de la actividad del Comercio Ambulante.

Una vez aprobado el cuestionario por la Dirección General de Comercio se procedió a su incorporación a una plataforma online creada para la recopilación de todos los datos y cuyo enlace se remitió a los Ayuntamientos por parte de las Delegaciones Territoriales para su cumplimentación. Esta acción conllevó la elaboración de una Aplicación Web que ha servido para recoger las respuestas a los cuestionarios y que se han almacenado en un sistema de gestión de bases de datos relacional desarrollado bajo licencia pública y que contempla un mecanismo de exportación de los datos en un formato estructurado y portable como es Excel, fácil de importar a otros sistemas.

En el proceso de recopilación de datos colaboró activamente tanto la Federación Andaluza de Municipios y Provincias como las Asociaciones y Federaciones representativas del sector mediante la realización de una encuesta presencial en los puestos ambulantes, a lo largo de casi dos meses, en base a unos criterios adecuados de territorialidad y representatividad en cuanto al número de



habitantes por municipios, que han permitido disponer de una información muy valiosa actualizada sobre su actividad profesional y su perfil sociodemográfico.



Con los cuestionarios recopilados finalmente se procedió a tratar y analizar por una empresa especializada que elaboró definitivamente el mencionado Estudio

El nuevo censo se presentó en el Pleno del Consejo Andaluz de Comercio en su sesión del 17 de diciembre de 2019 y se encuentra accesible y descargable en la página web de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad.

Los datos globales de la actualización son los siguientes:

- Número de puestos: en relación al número de puestos se observa igualmente un leve descenso en el periodo 2013-2019. Así, si en 2013 fueron censados 41.732 puestos, habiéndose censado actualmente 40.991 puestos, lo que supone una pérdida de 741 puestos, que en términos

porcentuales representa una bajada de tan solo un 1,77 %.

- Número de mercadillos: 848. Si analizamos los datos por provincias comparando 2013 con 2019, observamos como las provincias de Jaén y Sevilla han aumentado tanto el número de mercadillos, pasando de 99 mercadillos a 103 en Jaén y de 107 a 117 en Sevilla, como el número de puestos, ya que Jaén aumenta de 5.133 a 5.158 y Sevilla de 5.682 a 7.786. El caso de Granada se caracterizaría porque a la vez que aumenta el número de mercadillos, reduce el número de puestos, pasando de 184 mercadillos a 187 y de 5.768 puestos a 4.964. En el resto de provincias (Almería, Cádiz, Córdoba, Huelva y Málaga) ha descendido tanto el número de mercadillos como de puestos.

El texto íntegro está disponible en la siguiente dirección web:

http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/MERCADILLOS_17022020.pdf

De acuerdo con lo anterior, esta actuación se ha desarrollado al 100% a través de medios propios de la Dirección General de Comercio, así como del Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, y con la colaboración de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias y Federaciones y Asociaciones representativas del sector y por un importe de 13.648,80 €, que supone el 100% del previsto en el Plan.

Ficha de la actuación 2.4.1.5.: Actuaciones de coordinación en materia de inspección comercial.

Descripción: Consiste llevar a cabo la coordinación de las actuaciones inspectoras en materia comercial con la desarrollada por la inspección de consumo y por las fuerzas y cuerpos de seguridad a través de reuniones de coordinación anual y de jornadas formativas comunes dirigidas



a las fuerzas y cuerpos de seguridad y al sector para unificar criterios de actuación.				
Justificación de la actuación: Potenciar la actuación inspectora que permita mejorar la actividad comercial desarrollada conforme a la normativa aplicable.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe				
Partidas Presupuestarias	Medios propios	Medios propios	Medios propios	Medios propios
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Dirección General de Consumo (Consejería de Salud y Familias), Dirección General de Emergencias y Protección Civil (Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior).			
Indicador de realización/fuente de obtención: n.º de reuniones de coordinación y jornadas anuales mantenidas. DGC. Se han realizado nueve reuniones de coordinación.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de actuaciones inspectoras incoadas por año. DGC. Total de actuaciones: 1568: De inspección: 1039; informativas: 621; de la campaña Black Friday: 98. Infracciones: 77				
Presupuesto ejecutado 2019. Medios propios.				

Descripción de resultados: Mediante Resolución de 18 de diciembre de 2018, de la Dirección General de Comercio, se aprobó el Plan de Inspección Comercial de Andalucía para el año 2019 una vez consensuado con el sector, cuyos objetivos, tal y como se establece en el artículo 13 de la Orden de 12 de julio de 2011, son los siguientes:

- Informar a los comerciantes de los requisitos legales derivados de la práctica del comercio interior en Andalucía, con el objetivo de que se consiga el desarrollo óptimo de su actividad comercial y repercuta directamente en su beneficio y en el de los propios consumidores.
- Establecer la planificación de las actuaciones que sean adecuadas para velar por el respeto de la normativa vigente en materia de comercio interior.
- Proporcionar al personal de inspección la formación necesaria para el ejercicio de sus funciones. .

Para el buen desarrollo del mencionado Plan de Inspección, se ha desarrollado las siguientes reuniones y actuaciones de coordinación en materia de inspección:

- Reuniones de Coordinación entre inspectores provinciales de comercio y los inspectores provinciales de consumo: 2 reuniones.



- Reuniones con el órgano sectorial de Consumo: 3 reuniones.
- Reuniones de Coordinación y formación entre el Servicio de Régimen Sancionador de la Dirección General de Comercio y las Inspecciones provinciales de comercio: 2 reuniones.
- Reuniones en el Ministerio sobre actuaciones relativas a la Comercialización Ilegal de la Madera: 2 reuniones.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación se ha desarrollado al 100% habiéndose desarrollado un total de nueve actuaciones y reuniones de coordinación en materia de inspección comercial y 1568 actuaciones inspectoras sin coste presupuestario tal y como se contempla en el Plan.



2.c) OBJETIVO ESTRATÉGICO 3 (en adelante OE3), PROMOVER LA COMPETITIVIDAD Y EL EMPRENDIMIENTO DEL SECTOR COMERCIAL ANDALUZ.

Descripción: La mejora de la competitividad y el emprendimiento en el comercio andaluz se alcanzará mediante la necesaria simplificación administrativa y supresión de barreras de entrada, la cooperación, la gestión y el emprendimiento empresarial, apoyando el relevo generacional. Se hace necesario revisar toda la normativa que resulta de aplicación, poniendo el foco en los procedimientos administrativos que resulten innecesarios, complejos y obsoletos.

Fomentar el emprendimiento y la puesta en marcha de nuevos comercios requiere, como en cualquier sector económico, implementar ciertas habilidades empresariales para aumentar el grado de supervivencia de estas empresas y que consoliden el sector comercial en Andalucía.

El Objetivo Estratégico 3 se divide en las siguientes cinco líneas estratégicas:

LE 3.1: Simplificación administrativa, con cuatro actuaciones que no presentan ejecución en 2019;

LE 3.2: Cooperación empresarial en el sector comercial andaluz, con tres actuaciones, de las que una conlleva ejecución en 2019;

LE 3.3: Fomento del emprendimiento comercial, con cuatro actuaciones de las que dos conllevan ejecución en 2019;

LE 3.4: Impulso del relevo generacional en el sector comercial andaluz, con dos actuaciones que no presentan ejecución en 2019;

LE 3.5: Promoción del sector comercial andaluz, con cinco actuaciones, de las que una se ejecuta en 2019.

A continuación se expone la información básica de las actuaciones incardinadas en el OE3 con ejecución prevista para el 2019.

Ficha de la actuación 3.2.1.3 : Dinamizar los espacios de encuentro y participación del sector.				
Descripción: Consiste en crear espacios de encuentro con el sector comercial en los que discutir y poner en común los distintos puntos de vista para que las políticas públicas sean el resultado del consenso y la participación.				
Justificación de la actuación: Es necesario llevar a cabo esta actuación para conseguir la mayor eficacia posible de las políticas públicas.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X



Importe*	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Partidas Presupuestarias	1400010000 G/76A/23404/0 0 01	1400010000 G/76A/23404/0 0 01	1400010000 G/76A/23404/0 0 01	1400010000 G/76A/23404/0 0 01
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad), Consejo Andaluz de Comercio.			
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención: N° total de reuniones mantenidas con el sector, DGC. 77.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de sesiones de las Comisiones del Consejo Andaluz de Comercio, DGC. 8. N.º de sesiones del Pleno del Consejo Andaluz de Comercio*, DGC. 5. N.º de reuniones con las Organizaciones, DGC. 64.				
Presupuesto ejecutado 2019. 11.192,24 €**				

* La previsión reglamentaria es de dos Plenos al año como mínimo, en mayo y noviembre.

** El presupuesto es común con la Comisión de Artesanía. Por este motivo se ha considerado el 50 % en los cuadros resumen de ejecución de las actuaciones y de ejecución presupuestaria.

Descripción de resultados: El Consejo Andaluz de Comercio es el órgano consultivo de la Consejería competente en materia de comercio interior, para hacer efectivos los principios constitucionales de participación ciudadana, defensa de los intereses de los consumidores y audiencia de sus organizaciones en la gestión de los intereses públicos que les afecten directamente.

El Consejo tiene por finalidad el asesoramiento a la Administración de la Junta de Andalucía en materia de comercio, así como servir de cauce para la participación de las distintas organizaciones y entidades relacionadas con el comercio en Andalucía.

Dentro del Consejo se integran de conformidad con lo dispuesto en el artículo 9 del Decreto 46/2011, de 1 de marzo, por el que se regula la organización y funcionamiento del mismo, las siguientes comisiones:

- Planificación Comercial.
- Horarios Comerciales.
- Innovación y Calidad Comercial.
- Ventas Especiales.
- Comercio Ambulante.

En 2019 se han celebrado de las siguientes sesiones del Consejo entre las correspondientes al Pleno y a sus diferentes Comisiones:

Sesiones del Pleno del Consejo Andaluz de Comercio (5 sesiones):



- Sesión ordinaria de 27/05/2019, en la que se trataron los siguientes asuntos:
 - Constitución del nuevo mandato del Consejo Andaluz de Comercio.
 - Nombramiento de los miembros de las distintas Comisiones del Consejo Andaluz de Comercio
- Sesión extraordinaria de 26/06/2019, en la que se trataron los siguientes asuntos:
 - Propuesta de Orden por la que se establece el calendario de domingos y festivos en el que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos al público durante el año 2020.
 - Informe de las Ordenanzas Municipales Reguladoras del Comercio Ambulante de los municipios siguientes: Peñarroya-Pueblonuevo (Córdoba), Guadix (Granada), Archidona (Málaga), San Bartolomé de la Torre (Huelva) y La Algaba (Sevilla).
- Sesión extraordinaria de 26/07/2019, en la que se trataron los siguientes asuntos:
 - Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales para el municipio de Cádiz, en cumplimiento de la Resolución de la Secretaria General Técnica de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de 11 de junio de 2016, por la que se dispone el cumplimiento de la Sentencia de fecha 25 de marzo de 2019, dictada por la sala de lo contencioso-administrativo del Tribunal Supremo, recaída en el recurso de casación n.º Memoria de Gestión de la Dirección General de Comercio – 2019 2795/2018 (recurso contencioso-administrativo, P.O. 926/2016), interpuesto por la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED).
 - Informe de las Ordenanzas Municipales Reguladoras del Comercio Ambulante de los municipios siguientes: Vélez Blanco (Almería) y Dos Hermanas (Sevilla)
- Sesión ordinaria de 20/11/2019, en la que se trataron los siguientes asuntos:
 - Presentación del Borrador definitivo del VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2019-2022.
- Sesión extraordinaria de 17/12/2019, en la que se trataron los siguientes asuntos:
 - Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Rincón de la Victoria (Málaga), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales.
 - Propuesta de Resolución de la Dirección General de Comercio por la que se autoriza a determinados municipios la permuta de un domingo o festivo del calendario en que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos al público durante el año 2020.
 - Informe de las Ordenanzas Municipales Reguladoras del Comercio Ambulante de los municipios siguientes: Olula del Río (Almería), Lucena (Córdoba), Monachil y Almuñecar (Granada), Aroche, Huelva y Santa Olalla del Cala (Huelva) y Almadén de la Plata, Villanueva de San Juan y Villaverde del Río (Sevilla).
 - Presentación Censo Mercadillos

Sesiones de la Comisión de Horarios Comerciales (3 sesiones):

- Sesión de 10/06/2019: Calendario de domingos y festivos en el que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos al público durante el año 2020.
- Sesión de 23/07/2019: Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales para el municipio de Cádiz, en cumplimiento de la Resolución de la Secretaria General Técnica de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de 11 de junio de 2016, por la que se dispone el cumplimiento de la Sentencia de fecha 25 de marzo de 2019, dictada



por la sala de lo contencioso-administrativo del Tribunal Supremo, recaída en el recurso de casación n.º 2795/2018 (recurso contencioso-administrativo, P.O. 926/2016), interpuesto por la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED).

- Sesión de 16/12/2019: La aprobación de las permutas solicitadas por los Ayuntamientos y el expediente de Declaración de ZGAT del Rincón de la Victoria.

Sesiones de la Comisión de Comercio Ambulante (3 sesiones):

- Sesión de 10/06/2019: Estudio de las Ordenanzas Municipales Reguladoras del Comercio Ambulante de los municipios de Peñarroya-Pueblonuevo (Córdoba), Guadix (Granada), Huelva y San Bartolomé de la Torre (Huelva) y Dos Hermanas y La Algaba (Sevilla) e Informes Previos elaborados por el Servicio de Régimen Sancionador, Cámaras de Comercio y Comercio Ambulante.
- Sesión de 23/07/2019: Estudio de las Ordenanzas Municipales Reguladoras del Comercio Ambulante de los municipios de Vélez Blanco (Almería) y Dos Hermanas (Sevilla) e Informes Previos elaborados por el Servicio de Régimen Sancionador, Cámaras de Comercio y Comercio Ambulante.
- Sesión de 16/12/2019: Estudio de las Ordenanzas Municipales Reguladoras del Comercio Ambulante de los municipios de Olula del Río (Almería), Lucena (Córdoba), Monachil y Almuñecar (Granada), Aroche, Huelva y Santa Olalla del Cala (Huelva) y Almadén de la Plata, Villanueva de San Juan y Villaverde del Río (Sevilla) e Informes Previos elaborados por el Servicio de Régimen Sancionador, Cámaras de Comercio y Comercio Ambulante y presentación de los datos del Estudio de Comercio Ambulante 2019.

Sesiones de la Comisión de Planificación Comercial (2 sesiones):

- Sesión de 11/10/2019: Presentación del esquema inicial del VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2019-2022.
- Sesión de 11/10/2019: Presentación del Borrador definitivo del VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2019-2022.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación se ha desarrollado al 100% habiéndose celebrado un total de 13 sesiones en el seno del Consejo Andaluz de Comercio entre las correspondientes al Pleno y a sus diferentes comisiones y que ha supuesto un gasto en concepto de indemnización por asistencia a las mismas de las personas representantes del sector de 11.192,24 € de los 15.000 € previstos inicialmente, lo que supone un 74,61 % de ejecución presupuestaria. (Aunque en el texto del Plan Integral aparece una partida presupuestaria de 30.000 €, ésta es compartida con la Comisión de Artesanía de Andalucía, por lo que al CAC le corresponderían 15.000 €).

Ficha de la actuación 3.3.2.1.: Actuaciones de fomento y capacitación de profesionales del comercio.

Descripción: Esta actuación tiene por objeto capacitar a tanto a los profesionales del comercio, como a las personas desempleadas para que contribuya a su incorporación al mercado laboral. En la selección de las personas participantes, las mujeres y jóvenes serán el colectivo prioritario.

Justificación de la actuación: la finalidad de esta actuación es la incorporación de personas desempleadas al mercado laboral en el sector comercial.



Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	414.960 € *	500.000 €	500.000 €	500.000 €
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/60905/0 0 01 2019000281 100.000 €	1400010000 G/76A/60905/0 0 01 2019000281 100.000 €	1400010000 G/76A/60905/0 0 01 2019000281 100.000 €
		400.000 € *	400.000 € *	400.000 € *
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad) Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras de Andalucía			
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención: n.º de acciones formativas celebradas, DGC. N.º de jornadas: 13. N.º de acciones formativas: 13.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de personas asistentes a las mismas H/M, DGC. Jornadas: 461 participantes, 141 H/ 320 M. Acciones formativas: 260 participantes, 52 H, 208 M.				
Presupuesto ejecutado 2019*. 420.921,53 €. (pendiente de verificación/fiscalización).				

* Aclaración: El importe del presupuesto previsto de 414.960 € para esta actuación es la aportación correspondiente al Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación; además, en 2018 se aportó 103.740 € por la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, en virtud del Segundo Convenio Específico de colaboración entre la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria, y Navegación para la puesta en marcha de actuaciones de impulso del sector comercio en Andalucía 2018 – 2019, de 18 de diciembre de 2018, modificado por la Adenda del Segundo Convenio Específico de colaboración entre la entonces Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, actual Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, y el Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación para la puesta en marcha de actuaciones de impulso del sector comercio en Andalucía 2018 – 2019, de 9 de julio de 2019. Por tanto, el importe total disponible para esta actuación asciende a 518.700 €.

Descripción de resultados: El Consejo Andaluz de Cámaras y la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, en el marco del Segundo Convenio Específico de Colaboración para la financiación, definición, desarrollo y ejecución de actuaciones de impulso al sector comercio, preveía la ejecución del Proyecto “Actuaciones de Fomento y Capacitación de



profesionales del Comercio, Programa Fomento del Autoempleo y las Iniciativas Empresariales en Andalucía 2019 de la Fundación INCYDE, enmarcado en el Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación 2014-2020.” que tiene por objeto contribuir a la incorporación al mercado laboral de personas en edad laboral, preferentemente desempleados, mediante el desarrollo de actuaciones de formación y apoyo al emprendimiento, centradas específicamente en el sector comercial, facilitando a estas personas su transición desde su situación actual de desempleo hasta la actividad laboral. En la selección de las personas participantes, las mujeres serán colectivo prioritario.

Para ello se han desarrollado, en colaboración con la red cameral andaluza, un total de 13 acciones formativas para grupos de entre 20 y 25 participantes (dependiendo de la actuación).

El programa formativo se ha realizado a modo de itinerario conformado por sesiones grupales teóricas y prácticas, tutorías individualizadas, que dotarán a los participantes de conocimientos y habilidades empresariales esenciales en el mundo profesional.

El itinerario formativo está conformado por las siguientes acciones:

Sesiones de formación conjunta: En estas sesiones conjuntas se impartirán los contenidos generales del programa, con el fin de proporcionar los conocimientos, herramientas y habilidades esenciales en cada una de las áreas de conocimiento y promover las sinergias e intercambios de experiencia entre los participantes en el mismo.

Talleres prácticos: Sesiones prácticas conjuntas que pretenden que el participante se enfrente ante lo que podría ser una situación real en un pequeño y mediano comercio.

Acciones de acompañamiento y consultoría individualizada: La formación teórica y práctica adquirida en las sesiones grupales se reforzará con actuaciones de acompañamiento individualizadas, que ofrecerán a cada uno de los participantes una orientación personalizada en función de su perfil personal y de la actividad de su proyecto empresarial.

Mentoring y seguimiento: En esta etapa, un mentor con experiencia guiará de forma individualizada a los participantes que tengan interés en iniciar una actividad comercial en la preparación de un plan de negocio o bien los preparará de forma individualizada para entrevistas de trabajo.

Casos de éxito: Con esta formación, empresarios con un establecimiento consolidado podrán trasladar su experiencia a los participantes y responder a las cuestiones que éstos puedan plantearle relacionadas con la puesta en marcha de su actividad.

Con carácter previo a cada acción formativa, la Cámara de Comercio y la Delegación Territorial respectiva ha organizado jornadas informativas encaminadas a la captación de los desempleados interesados en participar en el programa.

El Segundo Convenio Específico de colaboración prevé 13 acciones formativas, para grupos de entre 20 a 25 participantes. Las jornadas de captación iniciales han tenido una duración de tres horas, con la finalidad de captar la atención de los desempleados (preferentemente mujeres) que deseen insertarse por cuenta propia o ajena en el sector comercial, explicando los módulos a impartir, la metodología a aplicar y los resultados esperados. El enfoque se ha centrado en la importancia de disponer de formación específica.



Por su parte, cada acción formativa ha sido de 90 horas de duración, realizadas a modo de itinerarios en los que ha habido sesiones grupales teóricas y prácticas, casos de éxito y tutorías individualizadas (mentoring, hasta 10 horas).

Los módulos impartidos han sido 9: animación y presentación del producto en el punto de venta; aprovisionamiento y almacenaje en la venta; gestión de la atención al cliente/consumidor; operaciones de caja en la venta; técnicas de información y atención al cliente/consumidor; venta online; técnicas de venta; taller de entrevistas e igualdad de oportunidades; y emprendimiento.

De acuerdo con lo anterior podemos concluir que esta actuación se ha desarrollado al 100% habiendo participado en las jornadas de sensibilización un total de 461 participantes, de las cuales finalmente han asistido al itinerario formativo un total de 260 participantes, 52 hombres y 208 mujeres, y habiéndose ejecutado un total de 336.737,22 € de los 414.960 € previstos en el Plan.

Ficha de la actuación 3.3.3.1.: Colaborar en el análisis de las necesidades formativas en el sector comercial andaluz				
Descripción: se colaborará en la elaboración de un análisis de las necesidades formativas del sector comercial andaluz.				
Justificación de la actuación: la finalidad de esta actuación es la mejora de la empleabilidad de las personas desempleadas y ocupadas y el aumento de la productividad de las empresas del sector.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X		
Importe	Medios propios	Medios propios		
Partidas Presupuestarias				
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Secretaría General de Ordenación para la Formación (Dirección General de Formación Profesional para el Empleo)			
Indicador de realización/fuente de obtención: Número de grupos contactados/ Grupos de Interés, DGFPE. 6 grupos contactados*. 8 grupos de interés mencionados explícitamente: turismo y hostelería, tecnología, sector agroalimentario, transporte, logística, comercio, construcción.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: Número de especialidades formativas detectadas/ Grupos de interés, DGFPE.				



24 especialidades formativas detectadas.

Presupuesto ejecutado 2019. Medios propios.

* Estos seis grupos, incluidos los órganos de las administraciones públicas, son empresas representativas de cada sector, asociaciones de empresarios, sindicatos, centros de formación y la propia Delegación Territorial y la Dirección Provincial del Servicio Andaluz de Empleo (SAE).

Descripción de resultados: Con el objetivo de mejorar de la empleabilidad de las personas desempleadas y ocupadas y el aumento de la productividad de las empresas del sector comercial, desde la Dirección General de Comercio se ha colaborado con la Dirección General de Formación Profesional para el Empleo, y esta última ha constituido Mesas Sectoriales, una por provincia, cuyo objetivo ha sido realizar de manera conjunta un análisis pormenorizado para afrontar los retos de un mercado laboral cada vez más complejo y cambiante, para visualizar una propuesta formativa que permita emparejar carencia competencial y acción formativa a implementar para intentar suplir dicha carencia. Cada mesa sectorial ha analizado las carencias competenciales a partir del análisis de datos primarios (encuestando a una muestra de las empresas del sector en la provincia, datos de evolución de empleo y demandantes y centros de formación) y fuentes secundarias (Fichero de especialidades formativas, Clasificación Nacional de Ocupaciones, informes del Observatorio Argos y datos propios de la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo y del Servicio Público de Empleo Estatal). El número de mesas y sectores tratados se ha adaptado a cada realidad provincial, destacando turismo y hostelería, tecnología, sector agroalimentario, transporte, logística, comercio, construcción, etc.

Actualmente se está trabajando en el diseño final de la oferta formativa de 2020, la convocatoria de estas acciones formativas se realizará mediante la fórmula de gestión de licitaciones para la prestación del servicio consistente en la impartición de estas acciones formativas de formación profesional para el empleo, en la modalidad presencial y dirigidas tanto a trabajadores activos como desempleados y también se tendrá en cuenta para la oferta de formación para el empleo con compromiso de contratación, que se gestionará mediante una línea de subvenciones que actualmente se está preparando la convocatoria para 2020.

Cuadros resúmenes de las especialidades formativas detectadas:

1. Por certificado de profesionalidad:

CÓDIGO	NOMBRE	PROVINCIAS EN LAS QUE SE IMPARTE
COML0109	TRÁFICO DE MERCANCÍAS POR CARRETERA	4
COML0110	ACTIVIDADES AUXILIARES DE ALMACÉN	6
COML0111	TRÁFICO DE VIAJEROS POR CARRETERA	3
COML0209	ORGANIZACIÓN DEL TRANSPORTE Y LA DISTRIBUCIÓN	4
COML0210	GESTIÓN Y CONTROL DEL APROVISIONAMIENTO	4
COML0211	GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA DEL TRANSPORTE POR CARRETERA	3
COML0309	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE ALMACENES	6



COMM0110	MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL	2
COMM0111	ASISTENCIA A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2
COMM0112	GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN	6
COMP0108	IMPLANTACIÓN Y ANIMACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES	1
COMT0110	ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO	7
COMT0111	GESTIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA	2
COMT0112	ACTIVIDADES DE GESTIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO	1
COMT0210	GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	5
COMT0211	ACTIVIDADES AUXILIARES DE COMERCIO	4
COMT0311	CONTROL Y FORMACIÓN EN CONSUMO	1
COMT0411	GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS	6
COMV0108	ACTIVIDADES DE VENTA	7

2. Por programa formativo:

CÓDIGO	NOMBRE	PROVINCIAS EN LAS QUE SE IMPARTE
COMM10	CHINO BÁSICO EN ACTIVIDADES DE VENTA Y TURISMO	1
COMT06	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL MARKETING	1
COMT07	GESTIÓN BÁSICA DEL ALMACÉN	2
COMT09	PSICOLOGÍA APLICADA A LAS VENTAS	1
COMT10	TÉCNICAS DE VENTAS EN EL COMERCIO	1

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación se ha ejecutado al 100% habiéndose contactado con 6 grupos y constituido 8 grupos de interés y habiéndose detectado 24 especialidades formativas, sin que la misma haya generado costo económico específico al haberse desarrollado con medios propios de la Administración tal y como se preveía en el Plan.

Ficha de la actuación 3.5.1.1.: Premios Andalucía del Comercio Interior

Descripción: Se trata de otorgar un reconocimiento público a quienes destaquen por su labor a favor del comercio interior en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Se premia a los proyectos innovadores en el sector de la distribución comercial, que contribuyen de forma positiva al reconocimiento de las empresas en su labor de desarrollo comercial y modernización empresarial, a los Ayuntamientos, en sus actuaciones de renovación urbana, a las Asociaciones promotoras e impulsoras de Centros Comerciales Abiertos, y a las trabajadoras y trabajadores con trayectoria profesional en el sector.

Justificación de la actuación: la finalidad es poner en valor y reconocer públicamente a quienes destacan en el ámbito comercial de Andalucía.



Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	18.000, 00 €	18.000, 00 €	18.000, 00 €	18.000, 00 €
Partidas Presupuestarias	1400010000 G/76A/22606/0 0 01	1400010000 G/76A/22606/0 0 01	1400010000 G/76A/22606/0 0 01	1400010000 G/76A/22606/0 0 01
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias/ Organizaciones representativas del sector/ Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industriales, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas			
Indicador de realización/fuente de obtención: Convocatorias anuales de los Premios, DGC. Convocatoria 2019				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de candidaturas presentadas H/M, DGC. 15 candidaturas presentadas, 12 H y 3 M. N.º de candidaturas premiadas H/M, DGC. 6 candidaturas premiadas, 4 H y 2 M.				
Presupuesto ejecutado 2019. 14.423,20 €.				

Descripción de resultados: Los Premios Andalucía del Comercio Interior tienen como objeto reconocer a quienes destaquen por su labor a favor del comercio de Andalucía.

Las bases reguladoras de estos premios se regulan en la Orden de 26 de diciembre de 2017, por la que

se establecen las bases reguladoras para la concesión de los "Premios Andalucía del Comercio Interior".

En 2019 se ha llevado a cabo la convocatoria y tramitación de la V Edición de los "Premios Andalucía del Comercio Interior" y que ha contado con los siguientes hitos:

- 24/05/2019: Publicación en BOJA de la Resolución de 17 de mayo de 2019, de la Dirección General de Comercio, por la que se convoca la V Edición de los Premios Andalucía del Comercio Interior.
- 30/10/2019: Reunión del Jurado
- 08/11/2019: Publicación en BOJA de la Resolución de 30 de octubre de 2019, de la Dirección General de Comercio, por la que se hace público el fallo del jurado calificador de la V Edición de los Premios Andalucía del Comercio Interior.
- 19/11/2019: Celebración Acto de Entrega de los Premios y Mesa Redonda previa sobre los Retos del Comercio.



La ceremonia de entrega de los V Premios Andalucía del Comercio Interior se desarrolló en Sevilla, en el Pabellón de Francia del PCT Cartuja, y contó con la participación del Consejero de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, Rogelio Velasco Pérez. Previamente, tuvo lugar una mesa de debate, moderada por la Directora General de Comercio, Lorena Garrido Serrano, en la que expertos en el sector retail, el marketing y las tendencias de mercado debatirán sobre el presente y futuro del sector comercial en Andalucía.

Los premiados en esta V edición, según resolución de 30 de octubre de 2019 de la Dirección General de Comercio son:

- Modalidad Ayuntamiento casco histórico: Ayuntamiento de Fuentes de Andalucía.
- Modalidad Ayuntamiento comercio ambulante: Ayuntamiento de Puerto Real.
- Modalidad Empresa comercial hasta 10 trabajadores: Nueva Luque S.L.
- Modalidad Empresa comercial menos 10 trabajadores: Little Kings S.L.
- Modalidad Centros Comerciales Abiertos: Cádiz
- Modalidad Persona Trabajadora: Rafael Ramos Fernández

El contrato destinado a la organización del acto de entrega de la V Edición de los Premios Andalucía del Comercio Interior se licitó por el importe aproximado al establecido en el Plan (18.029,00 Euros IVA incluido). Finalmente, atendiendo al criterio de oferta económica más ventajosa, dicho contrato se adjudicó por 14.423,20 euros.

De acuerdo con lo anterior esta actuación se ha ejecutado al 100%, habiéndose presentado a la Convocatoria de la V Edición de los premios un total de 15 candidaturas, 12 hombres y 3 mujeres, resultando un total de 6 candidaturas premiadas, 4 hombres y 2 mujeres y ejecutándose un presupuesto de 14.423, 20 € de los 18.000 € previstos en el Plan Integral.



3. RESUMEN DE LA EJECUCIÓN DEL VI PIFCIA EN 2019.

- Ejecución de la actuación/ejecución presupuestaria.

Se ha considerado, a los efectos de este informe, diferenciar entre la ejecución de la actividad propia de la actuación por una parte, y la ejecución del presupuesto previsto por otra. Esto supone que una actuación puede estar ejecutada en su totalidad, y sin embargo la información de la ejecución del presupuesto que tenga asignado sea o bien provisional, o que no exista necesariamente proporcionalidad entre la ejecución de la actuación y la presupuestaria. En este sentido, se usan de forma diferenciada los términos ejecución de la actuación y ejecución del presupuesto. Del mismo modo, también puede ocurrir que la actuación se haya ejecutado en su totalidad con un presupuesto inferior al inicialmente previsto, en cuyo caso, se deberá entender que en términos de eficiencia económica la actuación se ha desarrollado al 100%.

En aquellos casos en los que la ejecución de la actuación no tiene atribuido un valor inicial por el órgano responsable ni asociado un objetivo cuantificable, de cara a establecer el porcentaje de ejecución, se ha aplicado el porcentaje de ejecución del presupuesto tanto para la actuación a la ejecución de la actuación.

- Provisionalidad de la información:

Tanto la ejecución de determinadas actuaciones como, sobre todo, la ejecución presupuestaria pueden sufrir retrasos y/o estar sujetas a comprobaciones en un momento posterior. En los casos concretos en los que ocurre esta circunstancia se incluye la información teniendo en cuenta que son datos provisionales, principalmente desde el punto de vista de la ejecución presupuestaria y las posteriores fases de fiscalización y, en el caso de actuaciones financiadas con fondos europeos, a la correspondiente fase de verificación.

- Cálculo de Totales por OE/Totales todos los OE:

Para calcular el porcentaje de ejecución de cada uno de los objetivos estratégicos o del conjunto de estos se ha hallado la media de los porcentajes de ejecución de las respectivas actuaciones; es decir, no se ha considerado un mayor peso relativo de unos u otros por conllevar mayor actividad y/o presupuesto.

3.1 Cuadro resumen del estado de ejecución de las actuaciones.

OE1 Fomentar la innovación y la implantación de las nuevas tecnologías en el comercio andaluz.	Ejecución de la actuación			
	Sin iniciar	En ejecución	Finalizada	%
1.1.1.1: Identificación y análisis de los diversos trámites y procedimientos administrativos que afectan a la actividad comercial en Andalucía.			X	100
1.1.1.2: Elaboración y puesta en marcha de una Plataforma online de Simplificación de Trámites.		X		80



1.1.2.1: Estudio sobre el grado de madurez digital y benchmarking de herramientas digitales en movilidad relacionadas con el sector comercial.			X	100
1.1.2.2: Diseño e implementación de un sistema de información y una aplicación para dispositivos móviles (APP) que integre la oferta comercial andaluza y favorezca la comunicación con el sector comercial en Andalucía.		X		43,75
1.1.2.3: Difusión de la aplicación para dispositivos móviles (APP).		X		38
1.1.3.1: Elaboración de un estudio de necesidades de la transformación digital en el sector comercio.		X		80
1.1.4.2: Ayudas para la implantación de las distintas herramientas en las PYMEs comerciales andaluzas.			X	78,80
1.1.4.3: Itinerarios formativos en TICs. Sensibilización y formación en transformación digital para el sector comercio.		X		30
1.2.1.2: Asesoramiento especializado dirigido a la implantación de prácticas y procesos innovadores en el sector comercial.			X	100
Totales OE1	0	5	4	72,28
OE2 Potenciar una ordenación comercial racional y equilibrada.	Ejecución de la actuación			
	Sin iniciar	En ejecución	Finalizada	%
2.1.2.1: Subvenciones dirigidas a PYMEs comerciales para la adquisición de equipamientos comerciales y dirigidas a su expansión mediante la apertura de un segundo punto de venta.			X	78
2.1.3.2: Elaboración de un Manual práctico para los gestores de las Asociaciones promotoras de Centros Comerciales Abiertos.		X		50
2.1.3.3: Realización de talleres prácticos dirigidos a personas comerciantes y trabajadoras de empresas comerciales integradas en un Centro Comercial Abierto.			X	100
2.1.3.4: Fomento de los Centros Comerciales Abiertos o figura análoga.			X	71,4
2.1.3.6: Realización de Talleres formativos presenciales en TICs dirigidos a personas comerciantes y trabajadoras de empresas comerciales integradas en un Centro Comercial Abierto y programa formativo online para las gerencias de los mismos.			X	100
2.1.4.2: Programa de inicio a la digitalización de los Mercados de Abastos.		X		89,27
2.1.4.3: Programa avanzado de digitalización de los Mercados de Abastos.		X		77
2.1.6.4: Actualización permanente del censo de mercadillos en Andalucía.			X	100
2.4.1.5: Actuaciones de coordinación en materia de inspección comercial.			X	100



Totales OE2	0	3	6	85,07
OE3 Promover la mejora de la competitividad y el emprendimiento en el comercio andaluz.	Ejecución de la actuación			
	Sin iniciar	En ejecución	Finalizada	%
3.2.1.3: Dinamizar los espacios de encuentro y participación del sector.			X	100
3.3.2.1: Actuaciones de fomento y capacitación de profesionales del comercio.			X	100
3.3.3.1: Colaborar en el análisis de las necesidades formativas en el sector comercial andaluz.			X	100
3.5.1.1: Premios Andalucía del Comercio Interior.			X	100
Totales OE3	0	0	4	100
TOTALES TODOS LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	0	8	14	85,78

3.2 Cuadro resumen del estado de ejecución del presupuesto.

En el Programa Presupuestario 76.A “ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL”, CAPÍTULO 1, la cifra de 4.563.257,62 € refleja una estimación del coste de las actuaciones previstas en el Plan con la denominación “Medios Propios”, es decir, aquellas actuaciones que van a ser desempeñadas por el personal de la Dirección General de Comercio y los Servicios de Comercio de las Delegaciones Territoriales. El coste estimado para el año 2019 se realiza en base a los datos proporcionados por la SGT de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad para los puestos de la Dirección General de Comercio y para los respectivos Servicios en las DD.TT. De esta cifra se han ejecutado finalmente los 4.563.257,62 €, el 100%.

Para las actuaciones 2.1.3.2, 2.1.3.3 y 2.1.3.6, del Consejo Andaluz de Cámaras, y con un presupuesto común de 53.404,00 €, se ha repartido para evitar el exceso en el total. Para calcular esta división se ha tenido en cuenta el total disponible común (ver nota al pie de la actuación 2.1.3.2) y la proporción en el reparto en cada actuación de este total disponible común, llamado gasto máximo previsto.

OE1 Fomentar la innovación y la implantación de las nuevas tecnologías en el comercio andaluz.	Ejecución presupuestaria		
	Previsto	Ejecutado	
		Cuantía	%
1.1.1.1: Identificación y análisis de los diversos trámites y procedimientos administrativos que afectan a la actividad comercial en Andalucía.	4.355,00	4.355,00	100,00
1.1.1.2: Elaboración y puesta en marcha de una Plataforma online de Simplificación de Trámites.	25.969,02	25.969,02	100,00
1.1.2.1: Estudio sobre el grado de madurez digital y	28.398,70	28.398,70	100,00



benchmarking de herramientas digitales en movilidad relacionadas con el sector comercial.			
1.1.2.2: Diseño e implementación de un sistema de información y una aplicación para dispositivos móviles (APP) que integre la oferta comercial andaluza y favorezca la comunicación con el sector comercial en Andalucía.	63.525,00	27.792,18	43,75
1.1.2.3: Difusión de la aplicación para dispositivos móviles (APP).	9.075,00	3.448,50	38,00
1.1.3.1: Elaboración de un estudio de necesidades de la transformación digital en el sector comercio.	15.000,00	15.000,00	100,00
1.1.4.2: Ayudas para la implantación de las distintas herramientas en las PYMEs comerciales andaluzas.	526.293,51	414.695,04	78,80
1.1.4.3: Itinerarios formativos en TICs. Sensibilización y formación en transformación digital para el sector comercio.	10.000,00	0,00	0,00
1.2.1.2: Asesoramiento especializado dirigido a la implantación de prácticas y procesos innovadores en el sector comercial.	196.555,46	140.400,00	71,43
Totales OE1	879.171,69	660.058,44	70,22
OE2 Potenciar una ordenación comercial racional y equilibrada.	Ejecución presupuestaria		
	Previsto	Ejecutado	
		Cuantía	%
2.1.2.1: Subvenciones dirigidas a PYMEs comerciales para la adquisición de equipamientos comerciales y dirigidas a su expansión mediante la apertura de un segundo punto de venta.	980.881,88	764.529,52	77,94
2.1.3.2: Elaboración de un Manual práctico para los gestores de las Asociaciones promotoras de Centros Comerciales Abiertos.	10.662,53	9.571,50	89,77
2.1.3.3: Realización de talleres prácticos dirigidos a personas comerciantes y trabajadoras de empresas comerciales integradas en un Centro Comercial Abierto.	20.258,89	19.959,39	98,52
2.1.3.4: Fomento de los Centros Comerciales Abiertos o figura análoga.	430.000,00	306.192,58	71,21
2.1.3.6: Realización de Talleres formativos presenciales en TICs dirigidos a personas comerciantes y trabajadoras de empresas comerciales integradas en un Centro Comercial Abierto y programa formativo online para las gerencias de los mismos.	22.482,58	17.876,18	79,51
2.1.4.2: Programa de inicio a la digitalización de los Mercados de Abastos.	20.800,00	18.567,40	89,27
2.1.4.3: Programa avanzado de digitalización de los Mercados de Abastos.	20.800,00	17.239,14	82,88



2.1.6.4: Actualización permanente del censo de mercadillos en Andalucía.	13.648,80	13.648,80	100,00
2.4.1.5: Actuaciones de coordinación en materia de inspección comercial.	Medios Propios	Medios Propios	100,00
Totales OE2	1.519.534,68	1.167.584,51	87,67
OE3 Promover la mejora de la competitividad y el emprendimiento en el comercio andaluz.	Ejecución presupuestaria		
	Previsto	Ejecutado	
		Cuantía	%
3.2.1.3: Dinamizar los espacios de encuentro y participación del sector.	15.000,00	11.192,24	74,61
3.3.2.1: Actuaciones de fomento y capacitación de profesionales del comercio.	414.960,00	336.737,22	81,15
3.3.3.1: Colaborar en el análisis de las necesidades formativas en el sector comercial andaluz.	Medios Propios	Medios Propios	100
3.5.1.1: Premios Andalucía del Comercio Interior.	18.000,00	14.423,20	80,13
Totales OE3	447.960,00	362.352,66	78,63
TOTALES TODOS LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	2.846.666,37	2.189.995,61	80,41

3.3. Tabla de ejecución presupuestaria con media ponderada

RESUMEN FINANCIACIÓN POR PROGRAMAS	Presupuesto 2019	Ejecución 2019
FINANCIACIÓN PROCEDENTE DEL PROGRAMA 76A "ORDENACION Y PROMOCION COMERCIAL"		
1400010000 G/76A/22602/00 01	0,00	
1400010000 G/76A/22606/00 01	18.000,00	14.423,20
1400010000 G/76A/22706/00 01	0,00	0,00
1400010000 G/76A/23404/00 01	30.000,00	11.192,24
1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916	36.446,48	24.336,40
1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281	0,00	0,00
1400010000 G/76A/76400/00 01 1993000299	0,00	0,00
1400010000 G/76A/78403/00 01 20010000602 (*1)	430.000,00	306.192,58
1400170000 G/76A/60902/00 A1231078Y2 2016000554	25.059,79	3.559,00



1400170000 G/76A/60902/00 A1231079Y2 2016000552	83.465,24	54.216,00
1400170000 G/76A/77400/00 A12210082Y2 2016000549	526.293,51	414.695,04
1400170000 G/76A/77400/00 A1341001Y2 2016000555	980.881,88	764.529,52
SUBCONCEPTO 47/48 (nueva creación) Servicio 01	0,00	0,00
TOTAL PROGRAMA 76A (excluido Medios Propios)	2.130.146,90	1.593.143,98
CAPÍTULO 1 - Medios Propios (*2)	4.563.257,62	4.563.257,62
TOTAL PROGRAMA 76A	6.693.404,52	6.156.401,60
FINANCIACIÓN PROCEDENTE DEL PROGRAMA 72A "EMPRESA, EMPREND. INNOVADOR Y ECONOMÍA DIGITAL"		
1400018073G/72A/60905/00 01 2004000291	25.000,00	15.000,00
TOTAL PROGRAMA 72A	25.000,00	15.000,00
FINANCIACIÓN PROCEDENTE DEL CONSEJO ANDALUZ DE CÁMARAS	706.519,46	650.364,00
TOTAL	7.424.923,98	6.821.765,60

3.4. Conclusiones

1. De las **22 actuaciones previstas en el VI PIFCIA para el año 2019, han finalizado 14, y 8 de ellas a 31 de diciembre de 2019 estaban aún en ejecución**, lo que supone que, las actuaciones previstas para el 2019 están finalizadas en un **85,78%** y que un **14,22%** estaba aún en ejecución a 31 de diciembre. No hay ninguna actuación de las previstas que no haya iniciado su ejecución.

2. En la anualidad 2019, **la ejecución presupuestaria ha sido de un 91,87%, lo que supone la ejecución de un importe de 6.821.765,6€.**

3. A lo largo del 2019 se han mantenido **77 reuniones con el sector del comercio andaluz** y con los distintos agentes económicos y sociales, a fin de discutir y establecer los distintos puntos de vista, al tiempo que trabajar y consensuar el texto del VI Plan. De éstas 68 han sido con las distintas organizaciones representativas y **13 en el seno del Consejo Andaluz de Comercio.**

4. Se han **concedido 429 subvenciones** para distintas actuaciones relacionadas con el comercio andaluz y cuyo desglose es el siguiente:



- **238 subvenciones**, 181 a personas físicas (115 M y 66 H) y 57 a personas jurídicas para la **implantación de las distintas herramientas TICs** en las PYMES comerciales andaluzas por un importe de 471.254,37 €. De las que 165 se han pagado en 2019, por un importe de 414.695,04 €.

- **162 subvenciones**, para 243 proyectos, 112 a personas físicas (66 M y 46 H) y 50 a personas jurídicas para la **adquisición de equipamientos comerciales** y dirigidas a su expansión mediante **la apertura de un segundo punto de venta**, por un importe de 1.101.414,88€. De las que 110 se han pagado en 2019, por un importe de 764.529,52 €.

- **29 subvenciones** destinadas al **Fomento de los Centros Comerciales Abiertos** por un importe de 1.224.770,30 €, de lo que en 2019 se pagó el 25%, es decir, 306.192,58 €.

5. 934 personas comerciantes y trabajadoras de empresas comerciales integradas en los Centros Comerciales Abiertos de Andalucía **se han formado** en los 31 talleres de “visual retail” (escaparatismo), 7 talleres de neuromarketing, una webinar, 13 talleres TICs y un programa formativo on line para gerentes, de los que el 68,5% de las personas participantes han sido mujeres y el 31,5% hombres.

6. 722 personas desempleadas de las que el 80% son mujeres y el 20% hombres, **han participado en las acciones formativas de fomento y capacitación** de profesionales del comercio con la finalidad de incorporarlas al mercado laboral. Se han celebrado 13 jornadas y 13 acciones formativas.

7. Se han realizado **117 diagnósticos individualizados** a pequeños comercios mediante un análisis sistematizado del establecimiento comercial con la finalidad de proporcionar al comerciante una serie de recomendaciones de carácter estratégico, innovadoras y digitales, **para la optimización de la gestión de su establecimiento.**

8. Se han llevado a cabo acciones de **transformación digital en 19 Mercados de Abastos** (4 repiten en el programa de inicio y el avanzado) de Andalucía. En las mismas **han participado un total de 566 personas comerciantes de los Mercados**, de los que el 61,66 % son hombres y el 38,33 % son mujeres.

- 13 de los Mercados participan en el programa de inicio a las transformación digital, en el que se han realizado Diagnósticos, Planes de Acción, se ha creado una Imagen Gráfica, un Manual para esa imagen, un Plan de Marketing Digital, creación de una página web, RRSS y Jornadas de Sensibilización.

- En los otros 10 Mercados se están realizando acciones de evolución de la venta online, acciones de implementación, acciones de seguimiento y evaluación y acciones de difusión.

9. A lo largo del 2019 se han mantenido **nueve reuniones de coordinación en materia de inspección comercial:**



- 2 entre los inspectores provinciales de comercio y los inspectores provinciales de consumo;
- 3 con el órgano sectorial de Consumo;
- 2 de coordinación y formación entre el Servicio de Régimen Sancionador de la Dirección General de Comercio y las Inspecciones provinciales de comercio, y
- 2 en el Ministerio sobre actuaciones relativas a la Comercialización Ilegal de la Madera.

10. En 2019 se ha celebrado la **V Edición de los Premios Andalucía de Comercio Interior**. La ceremonia de entrega de los Premios se desarrolló en Sevilla, en el Pabellón de Francia del PCT Cartuja, y contó con la participación del Consejero de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, Rogelio Velasco Pérez. Previamente, tuvo lugar una mesa de debate, moderada por la Directora General de Comercio, Lorena Garrido Serrano, en la que expertos en el sector retail, el marketing y las tendencias de mercado debatieron sobre el presente y futuro del sector comercial en Andalucía.

11. A partir de la **actualización permanente del censo de mercadillos** en Andalucía, se ha elaborado el **Estudio “El Comercio Ambulante en Andalucía 2019”**, del que la actuación es una fase entre otras, como la Situación actual del sector y Encuesta a comerciantes ambulantes.

12. Se ha desarrollado **un estudio para la identificación y análisis de todos los trámites administrativos** que afectan al sector comercial de Andalucía, independientemente de la administración pública responsable de su gestión.

13. Se ha desarrollado un **estudio sobre el estado de digitalización y nivel de madurez digital del sector comercial de Andalucía**, basado en la utilización de diversas fuentes oficiales, tanto de datos estadísticos como de estudios sectoriales dirigidos por otros organismos. Dicho estudio ha incluido la detección y análisis de las principales necesidades y dificultades que encuentra el sector para avanzar en su digitalización.

14. Se ha iniciado la implementación de **la Plataforma de Simplificación de Trámites** que proporcionará y facilitará la realización de todos los trámites identificados para los empresarios del sector comercial. A cierre de 2019 se habían realizado las fases de análisis de la información de base y el diseño del sistema. Igualmente se había avanzado significativamente en la implementación del portal estando en un estado avanzado de desarrollo.

15. Se ha comenzado con **el desarrollo del sistema de información y las aplicaciones móviles destinadas al sector comercial**. Al cierre de 2019 se habían completado las primeras fases de toma de requisitos, análisis de información y de diseño del sistema. Se han cerrado los servicios a implementar concretando la información a manejar, las funcionalidades y la reglas de negocio que es necesario implementar. Igualmente se ha avanzado en la definición de la imagen y diseño de las aplicaciones

16. Se ha elaborado el primer borrador del **Plan de comunicación de la aplicación móvil** que se encuentra en proceso de revisión.



17. Desde la Dirección General de Formación Profesional para el Empleo de la Secretaría General de Ordenación para la Formación se ha llevado a cabo el análisis de las necesidades formativas del sector comercial andaluz. **Se han detectado 24 especialidades formativas en las distintas mesas sectoriales constituidas por toda Andalucía.**

**INFORME DE SEGUIMIENTO ANUAL DEL VI PLAN INTEGRAL DE FOMENTO DEL
COMERCIO INTERIOR DE ANDALUCÍA 2019-2022.
EJERCICIO 2020**



Plan Integral
de Fomento del
comercio
interior de
Andalucía
2019-2022

ÍNDICE

1.- Introducción.

2.- Análisis y evaluación de la ejecución del VI PIFCIA en el ejercicio 2020 por objetivos estratégicos.

2.a.- Objetivo estratégico 1

2.b.- Objetivo estratégico 2

2.c.- Objetivo estratégico 3

3.- Resumen de la ejecución del VI PIFCIA en 2020.

4.- Conclusiones.

ANEXO- Actuaciones no contempladas en el VI PIFCIA y realizadas en 2020 por la pandemia de la COVID19.

1. INTRODUCCIÓN.

El 5 de diciembre de 2019 se publicó en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía la Orden de 28 de noviembre de 2019 de la extinta Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, por la que se aprueba el VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía para el periodo 2019-2022. La mencionada Orden viene a dar cumplimiento a lo establecido en la Disposición Final Primera 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, que establece que por orden de la Consejería competente en materia de comercio interior se aprobará cada cuatro años un Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía cuyos objetivos serán, entre otros, la modernización de las pequeñas y medianas empresas, fomentar el asociacionismo comercial y mejorar la cualificación profesional y de gestión de los recursos humanos del sector, debiendo ser sus líneas básicas debatidas previamente en el Parlamento Andaluz.

En el VI Plan se concibe al comercio de forma sistemática e integral. Sistemática, al considerar al comercio una parte fundamental de la cadena productiva en particular y de la economía andaluza en general; e integral porque al mismo tiempo engloba al comercio en todas sus dimensiones y formatos. Así partimos de un concepto de comercio como un elemento dinámico dentro de la cadena productiva y como un factor generador de empleo y convivencia en nuestras ciudades.

El VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía se ha elaborado con un claro concepto innovador e integral, ya 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 así, un ecosistema integral y eficiente de apoyo al sector comercial en Andalucía. En el proceso de elaboración del VI Plan han participado activamente tanto personal técnico de diferentes Consejerías de la Junta de Andalucía con competencias que bien, de forma directa o indirecta inciden en el sector comercial andaluz, así como los propios agentes económicos y sociales integrantes del Consejo Andaluz de Comercio, a través de la Comisión de Planificación Comercial, como órgano colegiado consultivo y de participación social de la Consejería competente en materia de comercio interior.

El Plan está compuesto de una presentación, un diagnóstico y una parte programática, que a su vez contiene: los objetivos, general y estratégicos, el plan de acción (dividido en líneas estratégicas, medidas y actuaciones), el sistema de seguimiento y evaluación, el entorno presupuestario y un anexo con el Cuadro Resumen del Plan de Acción.

El diagnóstico del sector es fundamental para conocer la dimensión, la dinámica y la situación del sector comercial andaluz. Esta fase previa de análisis es imprescindible ya que sirve para contar con una radiografía que nos permita identificar y comprender mejor la composición y comportamiento del sector.

El objetivo general del Plan es el fomento de la innovación y la implantación de las nuevas tecnologías en el comercio andaluz, mediante la puesta en marcha, entre otras medidas, de planes de diagnóstico e itinerarios formativos y ayudas para la implantación de soluciones tecnológicas para alcanzar una verdadera transformación digital, como nueva manera de entender el comercio, que va más allá de la introducción del uso de la tecnología y de herramientas digitales dentro de la empresa; el impulso de la adecuación urbanístico-comercial con la finalidad de que el planeamiento territorial garantice la optimización de la ordenación de la actividad comercial en las áreas de comercio y

servicios de las ciudades, así como la mejora de la competitividad y el emprendimiento en el comercio andaluz, mediante la necesaria simplificación administrativa y supresión de barreras de entrada, la cooperación, la gestión y el emprendimiento empresarial, apoyando el relevo generacional.

Con base en lo anterior, el VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía se estructura en 3 Objetivos Estratégicos, 11 Líneas Estratégicas, 25 Medidas y 69 Actuaciones. Los Objetivos Estratégicos son los siguientes:

- Fomentar la Innovación y la Implantación de las Nuevas Tecnologías en el comercio andaluz.
- Potenciar una Ordenación Comercial racional y equilibrada.
- Promover la Competitividad y el Emprendimiento del sector comercial andaluz.

Como el propio Plan prevé, su dinámica de aplicación y desarrollo permite el seguimiento intermedio por parte de los agentes socioeconómicos para así poder ir adaptando tanto el diagnóstico de situación del sector comercial andaluz, como las medidas recogidas. Para el seguimiento y evaluación del Plan, en cada Objetivo Estratégico se han establecido una serie de indicadores de impacto, que miden de forma objetiva diferentes aspectos del sector comercial andaluz; como el propio Plan indica. Existen algunos problemas comunes a estos indicadores, fundamentalmente la existencia previa de los mismos y, de los que existen, el hecho de que los datos se ciñen al CNAE 47, y el desglose según criterios territoriales, sectoriales y según el tamaño de la empresa. Con el mismo fin de facilitar el seguimiento y evaluación, cada actuación incluye al menos un indicador de realización, que mide el desarrollo de la actuación informando de la intensidad de ejecución, y otro de resultado, que mide los efectos inmediatos de las actuaciones, entendidos como la incidencia que causan en los destinatarios de las mismas, permitiendo valorar su adecuación y pertinencia.

En cuanto a la financiación de los gastos que la ejecución del Plan genere para la Comunidad Autónoma de Andalucía, correrá a cargo del Programa Presupuestario 76.A “ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL”, programa para cuya gestión es competente la Dirección General de Comercio. Asimismo, estas actuaciones se desarrollan en colaboración y dentro de las competencias asignadas a cada entidad colaboradora, participando la Dirección de Economía Digital e Innovación a través del programa presupuestario 72A “EMPRESA, EMPREND. INNOVADOR Y ECONOMÍA DIGITAL” así como el Consejo Andaluz de Cámaras. El Plan para su total ejecución y desarrollo contará con una dotación presupuestaria total de 49.032.857,65 €, incluyendo los medios propios, que son las retribuciones del personal de la propia Dirección General de Comercio y los correspondientes servicios de las Delegaciones Territoriales. La programación temporal de las actuaciones y las medidas que contiene se financiarán con cargo a las disponibilidades presupuestarias efectivas de créditos suficientes de los ejercicios 2019, 2020, 2021 y 2022, sin que puedan implicar gasto adicional a dichas disponibilidades.

Por otra parte, es ineludible en este informe de seguimiento de las actuaciones desarrolladas en 2020, reflejar los efectos que la pandemia de la Covid 19 ha producido en la economía en general y, en nuestro sector, el comercio andaluz, en particular, ya que está siendo de los más afectados y perjudicados.

En lo que atañe al sector de la distribución comercial, en todas sus ramas de actividad (incluyendo el comercio al por mayor, al por menor y la venta y reparación de vehículos de motor, de acuerdo con la clasificación por CNAE), en términos interanuales, en el ejercicio 2020 el paro en el comercio crece en

28.450 personas, un 22% respecto del mismo período del año pasado, porcentaje este muy superior a la media de todos los sectores económicos en las mismas fechas de referencia. A modo de síntesis comparativa con el resto de sectores, en el cuarto trimestre de 2020 el comercio aporta una sexta parte, aproximadamente, del descenso trimestral del paro total en Andalucía, y una cuarta parte del incremento del paro anual.

Si se analiza la información sobre el paro en el comercio andaluz teniendo en cuenta el factor de género, puede verse como, en el cuarto trimestre de 2020, es el sexo femenino el que más sufre el desempleo en el comercio en general, con 3.110 mujeres paradas más que en el trimestre anterior, frente a 7.120 hombres parados menos. En términos interanuales, el aumento del paro femenino prácticamente triplica al del masculino (21.040 mujeres frente a 7.410 hombres). Esta tendencia no parece que pueda encontrar explicación en causas estacionales, ya que es casi opuesta a la observada en el cuarto trimestre de 2019, cuando el paro intertrimestral femenino disminuía y el masculino crecía (8.330 mujeres paradas menos/5.110 hombres parados más).

Parados en Andalucía en el sector del comercio en general, ordenados por sexo

Sexo	Actividad (CNAE09)	Periodo	Parados	Diferencia trimestral	Variación trimestral	Diferencia interanual	Variación interanual
Ambos sexos	Comercio y reparaciones	2019					
		4º trimestre	129.530	-3.230	-2,43 %	11.580	9,81 %
		2020					
		1º trimestre	150.690	21.160	16,34%	19.210	14,61%
		2º trimestre	153.320	2.640	1,75%	35.560	30,20%
		3º trimestre	161.990	8.670	5,65%	29.230	22,02%
	TOTAL	4º trimestre	157.980	-4.020	-2,48%	28.450	21,96%
		2019					
		4º trimestre	823.850	-41.920	-4,84%	-10.490	-1,26%
		2020					
		1º trimestre	836.670	12.820	1,56%	7.210	0,87%
		2º trimestre	788.480	-48.190	-5,76%	-47.030	-5,63%
Hombres	Comercio y reparaciones	2019					
		4º trimestre	56.510	5.110	9,93%	4,57	8,81%
		2020					
		1º trimestre	69.160	12.650	22,38%	19.300	38,71%
		2º trimestre	70.900	1.740	2,52%	21.060	42,26%
		3º trimestre	71.040	140	0,20%	19.640	38,20%
	TOTAL	4º trimestre	63.920	-7.120	-10,03%	7.410	13,11%
		2019					
		4º trimestre	385.900	-12.890	-3,23%	-3,07	-0,79%
		2020					
		1º trimestre	387.470	1.570	0,41%	12.070	3,22%
		2º trimestre	379.720	-7.750	-2,00%	-3.370	-0,88%
		3º trimestre	431.400	51.680	13,61%	32.610	8,18%
		4º trimestre	414.500	-16.900	-3,92%	28.600	7,41%
		2019					

Mujeres	Comercio y reparaciones	4º trimestre	73.020	-8.330	-10,25%	7.000	10,61%	
		2020						
		1º trimestre	81.530	8.510	11,66%	-90	-0,12%	
		2º trimestre	82.430	900	1,10%	14.500	21,35%	
		3º trimestre	90.950	8.520	10,34%	9.600	11,80%	
	4º trimestre	94.060	3.110	3,42%	21.040	28,81%		
	2019							
	4º trimestre	437.950	-29.030	-6,22%	-7.430	-1,67%		
	2020							
	TOTAL	1º trimestre	449.200	11.250	2,57%	-4.860	-1,07	
2º trimestre	408.760	-40.440	-9,00%	-43.660	-9,65			
3º trimestre	500.920	92.160	22,55%	33.950	7,27%			
4º trimestre	492.740	-8.190	-1,63%	54.790	12,51%			

Fuente: IECA

En cuanto a los datos de afiliación a la Seguridad Social del sector del comercio en Andalucía, teniendo en cuenta tanto el comercio al por menor como el comercio al por mayor y la venta y reparación de vehículos de motor, el número de personas afiliadas en diciembre de 2020 fue de 527.611, un descenso interanual de -1,97%, por encima de la media del total de sectores de actividad, que es, como se ha dicho, del -1,6%. Las personas afiliadas por cuenta propia en el sector del comercio aumentan con respecto a 2019 solo en las provincias de Almería y Sevilla, en contraste con la subida generalizada en el conjunto de sectores de actividad, antes comentada. Si bien no se trata de una bajada drástica y, en líneas generales, el número de afiliados en cada provincia se mantiene. En toda Andalucía, las personas afiliadas y en alta en el Régimen Especial de Autónomos en diciembre de 2020 disminuye solo en poco más de 100 personas con respecto al mismo mes de 2019.

En cuanto a los trabajadores por cuenta ajena en el comercio andaluz (nuevamente incluyendo aquí tanto el comercio al por mayor como el comercio al por menor y la venta y reparación de vehículos de motor), durante 2020 se han perdido más de 10.000 afiliaciones. El número de afiliados en diciembre de 2020 es de 379.642. Se repite también en el comercio, visiblemente, la pauta ya observada en el conjunto de sectores de actividad, con un llamativo contraste entre afiliaciones en el trabajo por cuenta ajena y en el trabajo autónomo.

Afiliados en Andalucía en el sector del comercio en general, ordenados por régimen de afiliación y provincia de trabajo

Relación laboral	CNAE-09	Periodo	Provincia de trabajo								
			Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Andalucía
Cuenta ajena	TOTAL	2019 Diciembre	247.529	313.615	258.713	283.451	173.959	261.402	505.366	638.296	2.682.331
		2020 Diciembre	247.790	302.364	256.667	273.350	171.977	262.645	478.865	629.205	2.622.863
	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y	2019 Diciembre	56.210	48.729	30.328	41.764	19.451	20.378	83.829	89.415	390.104
		2020 Diciembre	57.888	47.263	29.409	40.073	19.450	20.089	79.003	86.467	379.642

Cuenta propia	motocicletas	2019 Diciembre	59.654	61.543	52.770	64.962	28.144	41.400	120.114	111.770	540.357
		TOTAL	2020 Diciembre	60.947	62.793	53.229	65.825	28.539	41.735	122.490	113.794
	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	2019 Diciembre	12.536	18.843	15.033	17.245	8.250	12.162	31.045	32.971	148.085
		2020 Diciembre	12.675	18.834	14.991	17.180	8.222	12.134	30.846	33.087	147.969
TOTAL	TOTAL	2019 Diciembre	307.183	375.158	311.483	348.413	202.103	302.802	625.480	750.066	3.222.688
		2020 Diciembre	308.737	365.157	309.896	339.175	200.516	304.380	601.355	742.999	3.172.215
	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	2019 Diciembre	68.746	67.572	45.361	59.009	27.701	32.540	114.874	122.386	538.189
		2020 Diciembre	70.563	66.097	44.400	57.253	27.672	32.223	109.849	119.554	527.611

Fuente: IECA

2. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PLAN EN EL EJERCICIO 2020 POR OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

El VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía tiene una vigencia de cuatro años, que abarca los ejercicios 2019 a 2022, y se concibió como un documento versátil, capaz de evolucionar e incorporar nuevos proyectos o actuaciones que permitan mejorar y alcanzar mejor sus objetivos.

El VI Plan estableció un sistema de evaluación y seguimiento que posibilita su análisis sobre el alcance, desarrollo e impacto de la ejecución de las medidas previstas en el sector comercial. Con estos mecanismos de seguimiento de la ejecución y evaluación, se garantiza la obtención de información de calidad y trasladar periódicamente los resultados obtenidos. De acuerdo con lo anterior, este Plan Integral se ha formulado desde una perspectiva integradora y con la premisa de conformar un programa de actuaciones realistas, con indicadores medibles y resultados tangibles.

Por todo ello, el presente informe de seguimiento y evaluación se elabora con el objetivo de valorar y analizar la adecuación de las actuaciones desarrolladas respecto a la consecución de los objetivos y su implantación en relación a los recursos del momento o su reajuste temporal o de contenido. Así, la evaluación del segundo año de vigencia del VI Plan Integral se centra en la ejecución de las actuaciones previstas en el Plan para el ejercicio 2020, no solo en el grado de cumplimiento respecto a los objetivos previstos, sino también en detectar los obstáculos que han ido surgiendo con el fin de buscar soluciones que permitan superarlos y afianzar aquellas acciones que están dando buenos resultados. También se incluye un anexo que contiene las medidas extraordinarias adoptadas y ejecutadas como consecuencia de la pandemia de la Covid19, para mitigar los perjuicios causados por la misma.

En el proceso de análisis previo a las actuaciones ejecutadas en 2020, desde la Dirección General de Comercio de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades se ha venido trabajando en permanente contacto y colaboración con el sector comercial de nuestra Comunidad Autónoma, así como con los distintos centros directivos de la Administración Andaluza y Organismos responsables de las distintas actuaciones, lo que nos ha permitido recabar tanto información cuantitativa como cualitativa de los resultados de ejecución del VI Plan Integral.

Para poder realizar el seguimiento y la posterior evaluación de las acciones previstas en el VI Plan de manera que exista información suficiente, accesible, clara y fiable, se han seleccionado tres tipos de indicadores: de realización, de resultado y de impacto. En todos ellos, en la medida que sea posible, se suministrará la información desagregada por sexo, de conformidad con lo previsto en el artículo 10 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía.

Los objetivos de los Indicadores mencionados son los siguientes:

A) Indicadores de realización: miden el desarrollo de las actuaciones y permiten obtener información de forma directa del grado o intensidad de ejecución de las mismas.

Existe al menos un indicador de realización por cada actuación, y su denominación y fuente de obtención consta en la respectiva ficha de cada actuación contemplada en el documento del Plan.

B) Indicadores de resultado: miden los efectos inmediatos de las actuaciones, entendidos como la incidencia que la actuación provoca en los destinatarios potenciales de las mismas. Por ello, permiten valorar la adecuación y pertinencia de la actuación.

Existe al menos un indicador de resultado por cada actuación, y su denominación y fuente de obtención consta en la ficha de la actuación respectiva.

C) Indicadores de impacto: pretenden medir a largo plazo los efectos que provoca, en el sector comercial andaluz la ejecución del Plan Integral. Estos indicadores se han elaborado asociándolos a los distintos aspectos que presentan los Objetivos Estratégicos del Plan Integral con la limitación derivada de la información disponible. Así, tal y como se señala en el propio Plan, existe una cierta dificultad para la construcción de estos indicadores de impacto, ya que la disponibilidad de la información previa -indicador de contexto- ceñida al sector comercial en Andalucía, no siempre está disponible con el nivel de desagregación necesario y que sería aconsejable, esto es, por subsectores (CNAE 47), territorio y tamaño de la empresa.

Con respecto a estos indicadores de impacto, cabe mencionar que en el presente Informe no se ha llevado a cabo un seguimiento de los mismos consecuencia de los efectos tan negativos provocados por la pandemia en el sector comercial andaluz, expuestos de forma resumida en la siguiente tabla.

La situación actual de destrucción de empleo, negocios y confianza empresarial provocada por la pandemia de la Covid 19, es una interferencia de fuerza mayor, con unos efectos muy negativos para la sociedad en general y para el sector comercial en particular, y por ello, es imposible calcular el impacto positivo y de crecimiento para el sector, o al menos de disminución de pérdidas, que la ejecución de las actuaciones del VI Plan hayan podido tener, más aún considerándolas de manera aislada del resto de ayudas y medidas puestas en marcha por parte de todas las Administraciones Públicas para intentar paliar los efectos económicos de la crisis sanitaria.

Los datos de destrucción de empleo se reflejan en la siguiente tabla:

Mensual	Estado del dato	Índice Empleo	Índice Empleo. Tasa interanual	Índice Empleo. Tasa acumulada
2020-Diciembre	Provisional	104,04	-2,37	-2,20
2020-Noviembre	Provisional	103,04	-2,48	-2,18
2020-October	Provisional	102,10	-2,47	-2,15
2020-Septiembre	Provisional	100,16	-2,52	-2,12
2020-Agosto	Definitivo	99,00	-3,11	-2,07
2020-Julio	Definitivo	99,26	-3,36	-1,92
2020-Junio	Definitivo	99,97	-4,35	-1,68
2020-Mayo	Definitivo	100,86	-4,36	-1,15
2020-Abril	Definitivo	102,19	-2,88	-0,35
2020-Marzo	Definitivo	104,63	-0,28	0,50
2020-Febrero	Definitivo	105,85	0,82	0,89
2020-Enero	Definitivo	105,57	0,96	0,96
2019-Diciembre	Definitivo	106,57	0,61	1,34

Fuente: IECA

<https://www.ieca.junta-andalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/informe/datosaldia>

Indicadores de Actividad del Sector Servicios, Índices de empleo, Periodicidad: Mensual

A continuación se analiza la ejecución de las actuaciones contenidas en cada Objetivo Estratégico del Plan Integral cuya ejecución estaba prevista durante el ejercicio 2020.

2.a) OBJETIVO ESTRATÉGICO 1 (en adelante OE1), FOMENTAR LA INNOVACIÓN Y LA IMPLANTACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL COMERCIO ANDALUZ.

Descripción: Realizar una decidida apuesta por el comercio en todas sus vertientes, como motor dinamizador de las ciudades, mediante la puesta en marcha, entre otras medidas, de planes de diagnóstico e itinerarios formativos y ayudas para la implantación de soluciones tecnológicas. Se hace necesaria una verdadera transformación digital, como nueva manera de entender el comercio, que va más allá de la introducción del uso de la tecnología y de herramientas digitales dentro de la empresa. Hace referencia a adaptar los procesos empresariales, crear una cultura organizativa más innovadora y una nueva manera de hacer las cosas para tratar de aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el nuevo contexto digital. Implica por tanto, cambio a todos los niveles impulsados por el uso de las tecnologías digitales: cambios en las competencias de los empleados, en la comunicación, en la organización y en la cultura de la empresa. Se trata de reconfigurar los procesos empresariales para crear nuevos valores y experiencias para clientes y empleados.

Este Objetivo Estratégico se divide, a su vez, en dos Líneas Estratégicas (LE):

LE 1.1: La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el comercio, con catorce actuaciones, de las que once conllevan ejecución en 2020;

LE 1.2: El Fomento de la Innovación en el comercio andaluz, con cinco actuaciones, de las que dos tienen ejecución en 2020.

A continuación se expone la información detallada de cada una de las distintas actuaciones incardinadas en el OE1 con ejecución prevista para el 2020.

Medida 1.1.1: Impulsar el uso de las TICs en la administración electrónica a través de una Plataforma de Simplificación de Trámites para el Comercio.

Justificación de la Medida: El objeto de esta medida es ofrecer, a aquellas empresas que quieran realizar algún tipo de trámite relacionado con cualquiera de los sectores comerciales en Andalucía, la posibilidad de realizarlos de manera telemática, de modo que su tramitación sea lo más cómoda, efectiva y eficaz posible para todas las partes implicadas.

Los objetivos generales que se persigue con la puesta en marcha de esta Plataforma son:

- Acercar los servicios ofrecidos desde la administración a las empresas comerciales a través de la simplificación de trámites, ofreciendo trámites telemáticos, disponiendo de un punto de información único para todos los agentes (administraciones, empresas) y fomentando el uso de la administración electrónica.
- Contribuir a la mejora de la productividad de los agentes que componen el sector comercial y por tanto a su competitividad, así como la del personal al servicio de la Administración Pública que participan de la resolución de los distintos trámites.
- El impulso a la innovación y modernización tecnológica y mejora de la competitividad a las pymes comerciales andaluzas.

- Optimizar la eficacia medioambiental reduciendo el uso de papel y disminuyendo los desplazamientos para la ejecución de determinados trámites con la administración.

Ficha de la actuación 1.1.1.2.: Elaboración y puesta en marcha de una Plataforma online de Simplificación de Trámites.					
Descripción: Elaboración, puesta en funcionamiento y evolución de una Plataforma online que facilite información relevante y acceso directo a los trámites que las empresas comerciales andaluzas han de llevar a cabo con las distintas Administraciones Públicas en el ejercicio de su actividad. En este sentido debemos entender la expresión “Simplificar trámites” como facilitar el acceso y la cumplimentación de los trámites correspondientes, aclarar conceptos confusos o ambiguos, etc.					
Justificación de la actuación: Se hace necesaria la creación de un único espacio virtual o “ventanilla única” para favorecer y potenciar el acceso de las empresas comerciales a los diferentes servicios que ofrece la administración.					
Prioridad: Alta					
Plazo de Ejecución (Anualidad)		2019	2020	2021	2022
		X	X		
Importe		25.969,02 €	6.482,25 €		
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/60902/00 A1231078Y2 2016000554	21.460,79 €	5.356,93 €		
	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916	4.508,22 €	1.125,31 €		
Órgano responsable		Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Órgano Colaborador		SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).			
Indicador de realización/fuente de obtención. Fecha de puesta en funcionamiento de la Plataforma/DGC: la Plataforma se puso en funcionamiento en pruebas en julio de 2020, y entró en producción en noviembre.					
Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de accesos por procedimiento a partir de su puesta en marcha/DGC.					
Nombre del procedimiento			Accesos satisfactorios	Accesos totales	
Acta notarial de cese de actividad			0	387	
Actualización o Renovación de la Carta de Artesano/a en el Registro de Artesanas y Artesanos de Andalucía			0	204	

Afiliación de los trabajadores a la Seguridad Social	6	743
Alta de los contratos de trabajo	1	413
Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social	12	1.312
Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social	2	671
Alta en el censo de empresarios, profesionales y retenedores	3	552
Alta en el impuesto sobre actividades económicas (IAE). Modelo 840	5	1.917
Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA)	8	956
Baja de la cuenta de cotización	0	562
Baja de los trabajadores contratados	1	529
Baja en el censo de empresarios, profesionales y retenedores	0	750
Baja en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA)	1	350
Cambios V1 Subvenciones destinadas a la modernización y mejora de la competitividad de las pymes comerciales y artesanas de Andalucía	0	35
Certificación negativa de denominación social	2	653
Comunicación de apertura de centros de trabajo	13	497
Comunicación del cierre del Centro de trabajo	2	958
Declaración anual de operaciones con terceras personas (Modelo 347)	2	566
DUE (Documento único electrónico)	0	0
Extinción de los contratos de trabajo	1	808
Impuesto de sociedades (Modelo 200)	2	1.201
Inscripción de la empresa en la Seguridad Social	6	541
Inscripción en el Registro de Artesanas y Artesanos de Andalucía para asociaciones, federaciones y confederaciones	0	902
Inscripción en el Registro de Artesanas y Artesanos de Andalucía para empresarios individuales	0	1.094
Inscripción en el Registro de Artesanas y Artesanos de Andalucía para empresas (sociedades)	1	839
Inscripción en el Registro Mercantil	0	788
IRPF (Modelo 130)	2	746
IVA (Modelo 303)	8	678
IVA. Resumen anual (Modelo 390)	0	580
Legalización del libro de actas, del libro registro de socios, del libro-registro de acciones nominativas y del libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad	2	928
Legalización del libro diario y del libro de inventarios y cuentas anuales	0	669
Licencia de apertura y actividad	0	1.022
Licencia de funcionamiento	0	1.096

Licencia de instalaciones y obras	0	893
Licencia Exprés	0	922
Licencia para la venta de bebidas alcohólicas	0	846
Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPAJD)	1	981
Nombramiento de Maestro Artesano o Maestra Artesana	1	799
Obtención de un certificado electrónico	8	911
Otorgamiento de escritura	0	203
Premios a la Artesanía de Andalucía	6	441
Premios Andalucía del Comercio Interior	15	710
Reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía	6	1.029
Registro administrativo de Sociedades Laborales	14	882
Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de Andalucía	4	953
Registro de signos distintivos	0	1.475
Retenciones e ingresos a cuenta (Modelo 111)	0	257
Retenciones e ingresos a cuenta. Resumen anual (Modelo 190)	0	759
Solicitud certificado acreditativo de condición de tienda de conveniencia para un establecimiento	38	809
Solicitud de declaración de zonas y puntos de interés artesanal	0	794
Solicitud de inscripción del cese de la actividad y cancelación de asientos registrales	0	738
Solicitud de Licencia para la instalación de puesto de venta de productos alimenticios.	0	783
Solicitud de uso del distintivo calidad artesanal	1	1.095
Subvenciones para la mejora y modernización del comercio ambulante (MODALIDAD CAM)	6	594
Subvenciones para la modernización de las PYMES comerciales y artesanas - MODALIDAD A - Proyectos de modernización digital	0	28
Subvenciones para la modernización de las PYMES comerciales y artesanas - MODALIDAD B - Proyectos de modernización y actualización de las pymes comerciales y artesanas	0	28
Subvenciones para la modernización de las PYMES comerciales y artesanas - MODALIDAD C - Proyectos de expansión de las pymes comerciales y artesanas	0	28
Subvenciones para la modernización y aumento de la competitividad de las Pymes comerciales (Modalidad Pym).	4	873
Subvenciones para la modernización y fomento de la artesanía (Modalidad ARA/ARE)	0	479
Subvenciones para la Promoción de las relaciones de cooperación del sector	6	648

comercial andaluz e impulso del asociacionismo comercial en todos sus niveles, así como la creación y consolidación de los Centros Comerciales Abiertos (Modalidad ASC-CCA)		
Subvenciones para promover el Relevo Generacional de las PYMES comerciales y artesanías - MODALIDAD D	33	1.031
V2 Subvenciones destinadas a la modernización y mejora de la competitividad de las pymes comerciales y artesanías de Andalucía	13	682
Ventas en liquidación: Comunicación Previa	3	972
Ventas Realizadas en Ferias de Oportunidades: Comunicación Previa	3	1.250
VI Edición de los Premios Andalucía del Comercio Interior (2020)	0	64
Presupuesto ejecutado 2020. La ejecución de los importes previstos para 2020 en el VI Plan ha sido del 100 %.		

Descripción de resultados:

Durante 2020 se ha terminado de ejecutar la totalidad de Plataforma de Simplificación de Trámites y se ha llevado a cabo su puesta en producción.

En este periodo, se ha terminado de desarrollar la versión inicial de la plataforma y se han desarrollado una serie de evolutivos y mejoras adicionales que le aportan mayor funcionalidad, así como contenido audiovisual e infografías explicativas que añaden claridad a los trámites en cuestión:

- La sustitución del motor de búsqueda nativo por un desarrollo ex profeso para mejorar la apariencia y los resultados del buscador del portal.
- Se ha dotado al portal de un sistema dinámico para la generación de infografías, para que éstas se generen a partir de cierto contenido ya existente en el mismo.
- Se ha añadido al home del portal un carrusel con imágenes cuya publicación es programable.
- Se ha desarrollado un módulo que permite el uso de los datos de un origen externo al portal para ayudar en la detección y publicación de nuevas subvenciones de interés.
- Se ha generado contenido audiovisual adicional al iniciar el portal, concretamente 12 videotutoriales y 15 infografías extra explicativas que añaden claridad a los trámites en cuestión.
- Se ha creado una nueva landing para dar cobertura al proyecto global bajo el dominio www.comercioandaluz.es.

En este sentido, la actuación como tal se ha ejecutado en su totalidad.

Por otra parte, aunque el desarrollo de la plataforma se tenía disponible desde el mes de mayo, por cuestiones técnicas, su puesta en producción no se efectuó hasta el mes de Julio y su lanzamiento público tuvo lugar en el mes de noviembre.

Dado el breve plazo de tiempo que lleva en funcionamiento el portal (noviembre y diciembre), es pronto aún para dar resultados fiables, pero se puede avanzar que de forma agregada, el conjunto de trámites ya ha superado los 40.000 accesos, con un ratio de conversión del 0,5% (entendiendo por

conversión cada vez que desde el portal se accede a la plataforma concreta donde se realiza el trámite de forma online).

En conclusión, la actuación se ha ejecutado al 100% de forma satisfactoria durante la anualidad 2020. En cuanto a la ejecución presupuestaria, se ha concluido en el ejercicio 2020, consiguiendo un ahorro sobre el total equivalente al 33,30%. En el documento del VI Plan se consignó sólo el presupuesto de desarrollo inicial, sin tener en cuenta los evolutivos, de ahí que en 2020 se contemplasen 6.482,25 €: la diferencia hasta los 56.024,48 € en 2020, deriva del presupuesto contemplado para evolutivos. En este caso, la ejecución presupuestaria final para esta actuación ha sido el 100% de 2019 y sólo fue necesario ejecutar el 66,70% del presupuesto 2020. Sin embargo de lo previsto en el Plan, es decir el desarrollo inicial de la Plataforma y su puesta en funcionamiento, se ha ejecutado el 100%.

Ficha de la actuación 1.1.1.3.: Difusión de la Plataforma de Simplificación de Trámites.					
Descripción: Diseño y puesta en marcha de una campaña informativa de comunicación para la difusión de la Plataforma, que permita darla a conocer a la ciudadanía en general y a las empresas comerciales en particular, e impulsar su acceso y uso por parte de las empresas.					
Justificación de la actuación: El sector comercial andaluz es muy amplio y con diversidad de formatos comerciales, por lo que se hace necesario activar un Plan de Comunicación a través de diferentes canales (on line y off line) que posibiliten un mayor conocimiento de la Plataforma como una herramienta útil y al servicio de todo el sector.					
Prioridad: Alta					
Plazo de Ejecución (Anualidad)		2019	2020	2021	2022
			X		
Importe			39.425,43€		
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/60902/00 A1231078Y2 2016000554		32.581,18 €		
	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916		6.844, 25 €		
Órgano responsable		Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador		SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).			
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de acciones de difusión hechas en los distintos medios y formatos anualmente, DGC: 10 (4 campañas de Google Display Network, 4 campañas en Redes Sociales, campaña de branded content, y campaña de radio).					
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de impactos de la campaña, DGC: más de 5 millones de impactos en total (4.406.940 impresiones en campañas Google, 704.000 impresiones en campañas RRSS, no se tiene el dato de las campañas de branded content ni de radio).					

Presupuesto ejecutado 2020.

29.083,34 € (servicio 17) y 6.107,50 € (servicio 01): ejecutado al 89,26 %.

Descripción de resultados:

Los plazos para la ejecución de campañas de comunicación y difusión han sido más reducidos de los previstos inicialmente. No obstante, los resultados que se han obtenido han sido muy satisfactorios, superando en todos los casos a las estimaciones iniciales que se habían planificado.

Hay que decir, que las acciones han tenido que ser adaptadas convenientemente a la situación de pandemia presente en los momentos de ejecución, siendo los eventos de carácter presencial los más perjudicados en este caso.

En cuanto a su ejecución, se ha podido realizar totalmente, aunque muy concentrado en el tiempo, y se ha conseguido un ahorro sobre el presupuesto inicial planificado por encima del 10%.

Breve desarrollo de las campañas realizadas:

- Campañas de Google: Se diferencian dos tipos de acciones:

- Campañas en buscadores con anuncios de texto con segmentación por palabras clave.
- Campañas en la Red de Display de Google + Remárketing. Son anuncios con imágenes segmentados por perfiles y emplazamientos afines, como pueden ser cabeceras o laterales de periódicos online.

- Campañas en Redes Sociales: con segmentación por ubicación geográfica y perfiles de interés. Se han realizado campañas en LinkedIn, Facebook, Twitter e Instagram.

- Campaña de Branded Content en soportes afines: Consisten en la publicación de entradas de blog y artículos en medios afines y relacionados con el proyectos.

- Campaña de Radio: con emisión de cuñas de 10" y 20" en las emisoras generalistas con desconexión en Andalucía (concretamente Cadena Ser y Cope).

En conclusión, la actuación se ha realizado totalmente y se ha conseguido un ahorro sobre el presupuesto inicial planificado por encima del 10%.

Ficha de la actuación 1.1.1.4.: Jornadas para el fomento de la administración electrónica en el sector comercial minorista.

Descripción: Puesta en marcha de jornadas informativas y de capacitación dirigidas al sector comercial, en las que se ofrecerá información relevante sobre los trámites y servicios que ofrece la administración electrónica y de las ventajas del uso de la Plataforma.

Justificación de la actuación: Actuación complementaria a la campaña de difusión, que permite un mayor acercamiento a las personas potenciales usuarias de la plataforma, ya se trate de empresarios/as como empleado/a dotando el contenido de las jornadas de un nivel de mayor implicación del sector, y con una función claramente didáctica.

Prioridad: Alta					
Plazo de Ejecución (Anualidad)		2019	2020	2021	2022
			X		
Importe			2.500,00 €		
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/60902/00 A1231078Y2 2016000554		2.066,00 €		
	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916		434,00 €		
Órgano responsable			Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)		
Órgano Colaborador			SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).		
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de jornadas realizadas, DGC.					
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de asistentes H/M, DGC.					
Presupuesto ejecutado 2020. Ejecutada con medios propios.					

Descripción de resultados: El avance de las funcionalidades de la PST al sector comercial andaluz se ha llevado a cabo en diferentes actos organizados por la Dirección General de Comercio, entre los que podemos destacar las 13 webinars informativas para la presentación de las ayudas a las Pymes comerciales llevadas a cabo entre los meses de mayo y junio de 2020 a las que asistieron los empresarios del sector, las Cámaras de Comercio, las Asociaciones de Comerciantes, las Asociaciones de Artesanos y las Asociaciones de Comerciantes Ambulantes. Por motivos relacionados con la pandemia del COVID, desde la Dirección General arbitramos alternativas a las jornadas contempladas en esta actuación, ejecutando evolutivos consistentes en videotutoriales e infografías que han permitido presentar la herramienta de forma dinámica y didáctica.

En 2021 se van a seguir llevando a cabo presentaciones informativas y de capacitación en diferentes ámbitos, y así está previsto que se integre tanto en las Jornadas dirigidas a los Ayuntamientos andaluces que se celebrará vía streaming el próximo 30 de junio de 2021, como en el Congreso de Comercio previsto para el segundo semestre de 2021.

Por tanto la actuación se ha ejecutado en un 85% con medios propios.

Medida 1.1.2: Dar visibilidad a la oferta del sector comercial minorista a través de una aplicación para dispositivos móviles (APP).

Justificación de la Medida: El objeto de esta Medida es el desarrollo de una aplicación para dispositivos móviles (APP) así como de una plataforma digital de soporte a la misma, que permitan la puesta en valor de la actividad de los establecimientos comerciales de Andalucía a través de la difusión de información actualizada, accesible y de utilidad para la ciudadanía.

Los objetivos generales que persigue son:

- Facilitar a las personas usuarias el acceso a los servicios a través de un entorno multicanal y que contribuya, entre otros, a incrementar la afluencia de visitantes a los establecimientos comerciales, especialmente los ubicados en centros urbanos, los Centros Comerciales Abiertos o figuras análogas, mercadillos, mercados de abastos.
- Introducir elementos y fórmulas innovadoras en la oferta de servicios para adecuarla, a través de la mejora continua, a las necesidades y expectativas de la sociedad.
- Contribuir a la reactivación del comercio minorista en Andalucía.
- Fomentar el equilibrio de los diferentes formatos comerciales: dotando al pequeño comercio de algunas herramientas que le ayuden a mejorar su competitividad en relación a los grandes portales de compras por Internet sin establecimiento.
- El impulso a la innovación y modernización tecnológica y la mejora de la competitividad en las pymes comerciales andaluzas.
- Disponer de servicios minoristas más competitivos: a través de la modernización de las pymes con establecimientos comerciales.

Ficha de la actuación 1.1.2.2.: Diseño e implementación de un sistema de información y una aplicación para dispositivos móviles (APP) que integre la oferta comercial andaluza y favorezca la comunicación con el sector comercial en Andalucía.

Descripción: Desarrollar para la ciudadanía en general y para las empresas del sector comercial de Andalucía en particular, una aplicación para dispositivos móviles y el acceso a una plataforma digital de soporte de la misma, que permitan la puesta en valor de la actividad de los establecimientos comerciales a través de la difusión de información actualizada, accesible y de utilidad, que además permitirá que los comerciantes la enlacen con sus distintos puntos de venta. También es una App que mejora la comunicación del sector comercial con la administración pública competente en materia de comercio, y que incluya píldoras formativas, alertas, información de interés sobre convocatorias públicas, y se convierta en un canal de contacto directo 24 horas al día, los 365 días del año.

Justificación de la actuación: con el diseño e implantación de estas soluciones tecnológicas para el sector se persigue contribuir a la reactivación del comercio minorista, dotando al pequeño comercio de una herramienta que le ayude a mejorar su competitividad. Por otro lado, se hace necesario desarrollar un único canal de comunicación, que aúne los diferentes puntos de comunicación con la Administración, que permita una mayor eficiencia y eficacia de los servicios públicos.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)		2019	2020	2021	2022
		X	X		
Importe		63.525,00 €	15.881,25 €		
Partidas Presupuestarias	1400170000				
	G/76A/60902/00 A1231079Y2 2016000552	52.497,06 €	13.124,26 €		
	1400010000	11.027,94 €	2.756,98 €		

	G/76A/60905/00 01 1999000916			
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Órgano Colaborador	SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).			
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de puesta en marcha de la APP, DGC: El sistema y las apps se desplegaron en producción en mayo de 2020.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de descargas de la APP, desglose H/M, DGC: 2.330 descargas, a 30 de noviembre (no se dispone del desglose mujer/hombre).				
Presupuesto ejecutado 2020. Se ha ejecutado el 100 % de los importes previstos para 2020 (15.881,25 €).				

Descripción de resultados:

Con esta actuación se han implementado varias aplicaciones móviles, destinadas a la ciudadanía y a los profesionales del sector comercial de Andalucía, así como una plataforma digital que da soporte a las mismas.

A través de la plataforma online, un comerciante puede dar de alta su establecimiento y ofrecer toda la información que considere de interés para sus potenciales clientes, incluyendo su catálogo de productos y otra serie de funcionalidades de interés para relacionarse con sus clientes, como pueden ser un sistema de promociones y un chat de comunicación directa. El profesional puede gestionar esta información y operar con el sistema bien desde la propia web de la plataforma o bien desde la su app móvil.

Por su parte, el ciudadano recibe toda la información a través de su aplicación móvil, desde la cual puede descubrir los establecimientos adheridos a la plataforma, acceder a toda la información y catálogo de productos que se proporcionan, así como establecer canales de comunicación directa con los establecimientos de su interés.

El registro de los negocios se realiza en la web aca.comercioandaluz.es, donde se crea también el perfil público de la app y el escaparate digital.

Tanto la plataforma como las apps del ciudadano (en versión Android e iOS) se han puesto en producción en el mes de Mayo de 2020. Con posterioridad, se han desarrollado una serie de evolutivos y mejoras que aumentan las funcionalidad del sistema y permiten el acceso a todas las funcionalidades de la plataforma desde una app móvil para los profesionales del sector. Concretamente han sido:

- Disponibilidad multiplataforma. Permite facilitar la labor de comerciantes y artesanos trasladando funcionalidad hasta ahora sólo disponible en la aplicación web del backoffice, a la aplicación móvil ACÁ PRO. De esta manera, el comerciante puede realizar dichas funciones con la facilidad y disponibilidad que proporciona un teléfono móvil.

- Mejoras en promociones. Incluye dos partes, por un lado se implementan una serie de plantillas que facilitan la creación de promociones a los comerciantes y artesanos, y por otro, se ha incorporado un sistema de gestión de esas promociones para que pueda controlarse el uso de las mismas.
- Fidelización. Se ha implementado una nueva funcionalidad que permite que los usuarios puedan usar unos bonos con un cierto importe, generados y subvencionados por la Junta de Andalucía a través de las asociaciones de comerciantes y artesanos, para fomentar el consumo en comercios y talleres adscritos a la plataforma.
- Otra serie de mejoras generales como son:
 - Comunidades de comerciantes y artesanos. Se ha creado una comunidad tipo foro donde los comerciantes y artesanos pueden colaborar entre sí, intercambiando información, consejos, recursos, comentarios, etc., con otros compañeros a través de foros organizados por sector y ubicación. Este foro es accesible a través del backoffice o vía móvil.
 - Permitir la búsqueda por voz en las aplicaciones móviles.
 - Posibilidad de establecer un calendario específico del establecimiento.

En conclusión, la actuación se ha ejecutado al 100% muy satisfactoriamente durante la anualidad 2020. En cuanto a la ejecución presupuestaria, se ha terminado de ejecutar lo pendiente de la anualidad 2019 y todo lo previsto de 2020: en el documento del Plan para 2020 se consignó solamente el presupuesto de desarrollo inicial, 15.881,25 €, ejecutado totalmente; además de esta cifra, en 2020 se contaba con 96.285,45 € para evolutivos, de los que, para lograr los objetivos marcados, se han ejecutado 60.120,06 €, consiguiéndose un ahorro de 36.165,39 €.

Ficha de la actuación 1.1.2.3.: Difusión de la aplicación para dispositivos móviles (APP).

Descripción: Diseño de un plan de difusión de la APP, que incluya la identidad gráfica, la planificación y la puesta en marcha de acciones de comunicación enfocadas, por un lado, a la sensibilización y capacitación del sector comercial andaluz para el uso de la APP, y, por otro, a dar a conocer a la ciudadanía en general de la existencia de esta APP para su uso como personas consumidoras.

Justificación de la actuación: el éxito de la APP requiere de un plan que asegure una difusión adecuada y la sensibilización necesaria sobre el uso de esta aplicación, para conseguir que el sector se implique y colabore con el uso del sistema, volcando toda la información y contenido necesario que quiera difundir sobre su empresa. Asimismo, este plan de comunicación se hace necesario para fomentar el uso de las TICs como herramientas de marketing y promoción comercial de los productos y servicios que ofrece el sector comercial minorista.

Por otro lado, se hace necesario desarrollar un único canal de comunicación, que aúne los diferentes puntos de comunicación con la Administración, que permita una mayor eficiencia y eficacia de los servicios públicos.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)		2019	2020	2021	2022
		X	X		
Importe		9.075,00 €	27.178,91 €		
Partidas	1400170000	7.499,58 €	22.460,65 €		

Presupuestarias	G/76A/60902/00 A1231079Y2 2016000552				
	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916	1.575,42 €	4.718,25 €		
Órgano responsable			Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)		
Órgano Colaborador			SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).		
Indicador de realización/fuente de obtención: n.º de acciones de difusión por medios y formatos, DGC: 8 acciones (corresponden a 3 campañas de Redes Sociales, web de difusión, 3 eventos virtuales webinars, 1 campaña de radio).					
Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de impactos de la campaña, DGC: en el conjunto de todas las campañas se han conseguido más de 8,3 millones de impactos. (El impacto total de las campañas en RRSS ha sido de 1.699.515 impresiones, el impacto total de la campaña en radio ha sido de 5.631.000 contactos, con una cobertura del 23,33%, y los webinars han congregado a más de 450 asistentes).					
Presupuesto ejecutado 2020: 100% de la anualidad 2020.					

Descripción de resultados: Las acciones de comunicación y difusión se han centrado en tres formatos principalmente: difusión en Redes sociales y medios digitales, campañas de radio y eventos webinar que se han realizado para la presentación de las herramientas.

Todas las acciones comenzaron su ejecución a partir de finales de Mayo, momento en el que las apps ya estaban disponibles al público.

Las distintas acciones previstas inicialmente, han tenido que ser adaptadas a la situación de pandemia, siendo los eventos presenciales los más perjudicados en este caso, ya que no ha sido posible ejecutarlos debido a las restricciones de movilidad y reunión impuestas como consecuencia de la misma para frenar los contagios.

No obstante, se han desarrollado campañas de difusión en las principales redes sociales, en tres fases y/o momentos distintos, y haciéndolos coincidir con campañas especiales. Así, por ejemplo, se ejecutó la campaña “Pueblos ACA” o “las semanas de los oficios”.

Los eventos presenciales fueron sustituidos por una serie de webinars convocados con ayuda de agentes sectoriales, donde se presentó el proyecto y las herramientas desarrolladas. Algunos de estos webinars alcanzaron una relevancia notoria, llegando a congregarse a más de 400 asistentes simultáneos, y se celebraron en las siguientes fechas: miércoles 24 de junio, con Cámaras de Comercio, martes 7 de julio y jueves 24 de septiembre, con los Centros Andaluces de Emprendimiento (CADEs) de la Fundación Pública Andaluza “Andalucía Emprende”.

Por último, en la parte final del proyecto se ha desarrollado una campaña de radio que ha tenido varios anuncios en emisión durante varias semanas y hasta en 4 emisoras de radio distintas: Canal Sur Radio, Onda Cero, Cadena Ser y Cope Andalucía.

De esta forma, podemos concluir que la actuación se ha ejecutado al 100%, y en cuanto al presupuesto, se ha ejecutado el importe pendiente de la anualidad 2019 y el 100% de lo planificado para la anualidad 2020.

Ficha de la actuación 1.1.2.4.: Acciones de captación y capacitación del sector comercial para el uso de la aplicación para dispositivos móviles (APP).					
Descripción: Desarrollo de actuaciones de captación y capacitación del sector comercial andaluz, desplegando acciones en el propio territorio a través de una red de profesionales que informen, formen y ayuden a las personas comerciantes a incluir información de sus negocios en la APP.					
Justificación de la actuación: Dado el grado de madurez del sector del comercio minorista en Andalucía, se requiere reforzar las acciones de captación y capacitación de las potenciales personas usuarias de la Plataforma, de manera que el sistema de información y la APP se conviertan en herramientas verdaderamente útiles para su negocio.					
Prioridad: Alta					
Plazo de Ejecución (Anualidad)		2019	2020	2021	2022
			X		
Importe			24.684,00 €		
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/60902/00 A1231079Y2 2016000552		20.398,85 €		
	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916		4.285,14 €		
Órgano responsable		Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador		SANDETEL (Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones).			
Indicador de realización/fuente de obtención: N.º de sesiones y de asistentes/DGC: no aplica por cambios en la prestación del servicio					
Indicadores de resultado/fuente de obtención: Nº de comerciantes adheridos al sistema, DGC: 899 establecimientos.					
Presupuesto ejecutado 2020. 20.398,85 € (servicio 17) y 4.285,14 € (servicio 01): ejecutado al 100%.					

Descripción de resultados: las acciones de captación estaban previstas como acciones de presencia física en el territorio, para llegar hasta los posibles interesados y que pudieran incluso ofrecerles

ayuda en el alta y configuración del sistema. Lamentablemente, debido a la pandemia, estas acciones no se han podido realizar de la forma en que estaban previstas inicialmente, siendo necesario un cambio y adaptación de las mismas a las nuevas circunstancias. De esta forma, la acción de captación ha sufrido un ajuste en su metodología, pasando de trabajo de campo a captación telefónica apoyada con email-marketing.

De acuerdo con lo anterior, aunque la metodología seguida no se corresponde exactamente con la prevista, se ha logrado una notable eficiencia con esta ejecución y ha permitido ampliar la duración de la acción, prolongándola de forma ajustada hasta el final del proyecto, con lo que el resultado general puede considerarse positivo.

A modo de conclusión, podemos decir que tanto la actuación como el presupuesto inicialmente previsto se han ejecutado al 100%. Como datos significativos, resaltar que se han realizado más de 4.000 llamadas telefónicas, se han atendido otras 3.000, y que se han enviado más de 5.000 correos electrónicos.

Medida 1.1.3: Análisis diagnóstico del grado de implantación de las TICs en los distintos formatos comerciales del comercio andaluz.

Justificación de la Medida: En la actualidad, las TIC son un factor determinante en la productividad de las empresas de cualquier sector y tamaño. Sin embargo en las PYMEs comerciales andaluzas su uso no está generalizado y cada vez es más necesario la incorporación de la tecnología a sus estrategias de negocio para aumentar la productividad y eficiencia. Y para ello, se hace imprescindible conocer las necesidades que presentan cada una en el uso de las TIC que les permitan mejorar en sus procesos y que repercuta favorablemente en el incremento de sus ventas.

A esta situación de partida, tenemos que añadir que Andalucía se ha visto impactada de forma significativa por la crisis sanitaria global por el virus COVID-19 en la que hemos estado inmersos durante el año 2020. Prácticamente todos los sectores económicos han sufrido un importante revés en sus negocios, conllevándoles a la paralización o cese de su actividad, la reducción drástica del empleo y del consumo, etc. y viéndose obligadas en cualquier caso a la reinversión de sus negocios, para hacerlos sostenibles y poder hacer frente a los estragos que esta crisis les ha causado.

En este sentido, las tecnologías de la información y la comunicación han jugado y juegan un papel esencial, en la medida en que ha permitido orientar los negocios hacia lo digital. Conexión a Internet, disponibilidad y uso de infraestructuras y dispositivos tecnológicos, la figura del teletrabajo, etc. son algunos de los conceptos que han tomado un mayor protagonismo bajo el nuevo contexto, necesarios para evitar un impacto negativo aún mayor.

La transformación digital, en este nuevo contexto, ve reforzada su importancia como factor clave de la competitividad presente y futura en cualquier empresa (independientemente de su tamaño, sector o ámbito de actividad). Se trata de un proceso que va más allá de la tecnología, que pone en el centro a las personas y las capacita para abordar este cambio cultural y de negocio que estamos ya experimentando desde hace unos años.

Poniendo el foco en la situación vivida por la empresa andaluza, y como resultado de algunos de los estudios realizados en el contexto de la crisis sanitaria, pueden destacarse las siguientes cuestiones

de interés sobre el impacto que dicha crisis ha supuesto en las pymes y en las personas autónomas de nuestra región, como son:

- Un conjunto importante de empresas andaluzas han visto paralizada o reducida su demanda de forma significativa con las importantes consecuencias negativas que ello supone en sus ingresos, en el empleo y en la sostenibilidad de sus negocios.
- De cara a garantizar la continuidad de sus negocios, en los casos en los que ha sido posible se ha apostado por la instauración del teletrabajo aunque esta medida no ha garantizado que los niveles de actividad se sostengan en niveles similares a los previos a la crisis.
- Los negocios andaluces se han visto obligados y necesitados de ayuda pública como mecanismo esencial para evitar los cierres definitivos de sus empresas.
- Otros, además, han requerido de modificaciones importantes en sus modelos de negocio cambiando la manera en que prestan su oferta de productos y servicios, así como acometiendo importantes reducciones de precios, renunciando a determinados mercados, etc
- Las previsiones y expectativas de futuro no son positivas. Hay preocupaciones importantes por la continuidad de negocios o el sostenimiento del empleo, pudiendo llegar incluso a plantearse posibles cierres o traspasos de negocios, resultado de la incertidumbre existente y el desconocimiento respecto a posibles rebrotes, políticas económicas de recuperación, soluciones sanitarias a la crisis, etc.
- El sector comercio y servicios (sobre todo, aquellos considerados como no esenciales) se han visto obligados al cierre parcial o temporal de sus negocios. Han sido los sectores más afectados por la crisis.

Ante este escenario, desde la Dirección General de Comercio, en colaboración con la Dirección General de Economía Digital e Innovación, de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, se ha reforzado el impulso y fomento de la transformación digital de las pymes del sector comercio en Andalucía, a través de una serie de actuaciones, porque debido a las nuevas circunstancias ya no se considera una oportunidad, sino una necesidad para nuestras pymes.

Ficha de la actuación 1.1.3.2.: Realización de un foro para el fomento de la colaboración intersectorial.

Descripción: Realización de un foro intersectorial en el que se tratará de unir a empresas comerciales con empresas tecnológicas que puedan presentar algunas de las tendencias tecnológicas que dan respuesta a las demandas y necesidades existentes.

Justificación de la actuación: Tras la realización del análisis de situación y de tendencias tecnológicas del sector comercial, se hace necesario poner en conocimiento de las empresas comerciales los resultados obtenidos y, de manera directa, las soluciones que ofrece el mercado.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X		
Importe		18.000,00 €		
Partidas Presupuestarias		1400018073 G/72A/60905/00		

		01 2004000291		
Órgano responsable	Dirección General de Economía Digital e Innovación (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad) y Consejo Andaluz de Cámaras			
Órgano Colaborador	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de realización del foro, DGEDI. Modificado, se celebró un webinar el 31/03/2020.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de personas asistentes H/M, DGEDI: 300, no existe desglose hombre/mujer N.º de cuestionarios de satisfacción H/M, DGEDI: no se realizaron.				
Presupuesto ejecutado 2020. 14.958,86 €: ejecutado al 83,10 %.				

Descripción de resultados: 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 31/03/2020 <https://www.youtube.com/watch?v=D-6M1srO6al>. 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.

El webinar tuvo buena acogida, teniendo que ampliar la convocatoria dado el interés de las personas inscritas, llegando a más de 300 participantes en el mismo.

La actuación se ha ejecutado en un 100%, y en cuanto a la previsión presupuestaria, se ha alcanzado un 83,10% de lo inicialmente previsto.

Ficha de la actuación 1.1.3.3.: Adaptación del modelo de madurez digital al sector comercial

Descripción: A partir del modelo de madurez digital definido por la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, se realizará una adaptación a la realidad del tejido comercial andaluz. Asimismo, se utilizará 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 realizarán las adaptaciones necesarias del modelo de madurez digital, además del cuestionario utilizado para el autodiagnóstico, de carácter multisectorial, a la realidad del sector comercio lo que permitirá a las PYMEs y micro PYMEs comerciales preferentemente, realizar una evaluación del grado de digitalización de su negocio.

Justificación de la actuación: El modelo de madurez digital actualmente definido es de carácter multisectorial, por lo que es necesario adecuarlo a las necesidades de las empresas comerciales andaluzas para la realización de un diagnóstico más adaptado a la realidad del sector y que permita la comparativa con el resto de empresas comerciales.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X		
Importe		40.000,00 €		
Partidas Presupuestarias		1400018073 G/72A/60905/00 01 2004000291		
Órgano responsable	Dirección General de Economía Digital e Innovación (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de adaptación del modelo de madurez digital, DGEDI. La adaptación se ha realizado en enero de 2021, aunque aún no está en producción por estar realizándose mejoras a la herramienta.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° comercios que han realizado el autodiagnóstico, DGEDI. Dato aún no disponible, lo estará a partir del 2.º trimestre en adelante.				
Presupuesto ejecutado 2020. Se han ejecutado 38.000,00 € (95 %), quedando el 5 % restante para su ejecución en 2021.				

Descripción de resultados:

La herramienta de autodiagnóstico adaptada al sector comercial se encuentra disponible en el portal “Andalucía Conectada”. Se realizarán actuaciones de difusión para conseguir que las empresas comerciales realicen autodiagnósticos y poder actuar, desde la Administración de la Junta de Andalucía, en consecuencia. 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.

Por tanto, la actuación desde el punto de vista de desarrollo como presupuestaria, está ejecutada en 2020 al 95 %, quedando el 5 % restante para su ejecución en 2021.

Medida 1.1.4: Puesta en marcha de las distintas herramientas tecnológicas en los comercios andaluces.

Justificación de la Medida: La tecnología está obligando a los negocios, de cualquier tamaño, a replantear todos sus procesos. La transformación digital supone evolucionar para aprovechar la oportunidad de mejorar cada día y ofrecer esa mejora a las personas consumidoras. Se trata de un proceso que facilita el acceso a nuevos mercados, productos y servicios. Un proceso que te conecta

directamente con los clientes de cada negocio, sus necesidades, sus problemas y sus deseos y que su vez permite a las empresas comerciales ser más eficientes, más competitivas y rentables. Un proceso, por tanto, que aprovecha la tecnología para mejorar los resultados del negocio.

La estrategia digital en las empresas comerciales supone una transformación más profunda de la empresa, que aumenta el valor que ofrece a sus clientes y mejora su modelo de negocio.

Para afrontar este reto, se hace necesario dotar a las personas implicadas en el sector, ya sean personas comerciantes o trabajadoras de nuevas habilidades y herramientas, que les permitan crear una ventaja competitiva a través de las nuevas experiencias del cliente, de la toma de decisiones basadas en datos y de nuevas capacidades para la innovación.

Ficha de la actuación 1.1.4.1.: Asesoramiento y acompañamiento a PYMEs del sector comercial en la transformación digital de su negocio.				
Descripción: A partir del autodiagnóstico, se detectarán las necesidades de transformación digital de las PYMEs y se plasmarán en un plan o estrategia de transformación. 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.				
Justificación de la actuación: partiendo de la necesidad de la transformación digital, se entiende que existen diferencias sustanciales entre las distintas empresas comerciales, por lo que se hace indispensable la realización de estudios personalizados que aseguren que, el modo en el que se implantan tenga las máximas posibilidades de aprovechamiento.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	
Importe		168.000€ *	442.000€ *	
Partidas Presupuestarias		1400178073 G/ 72A / 60905 / 00A1221082Y 2016000471	1400178073 G/ 72A / 60905 / 00A1221082Y 2016000471	
Órgano responsable	Dirección General de Economía Digital e Innovación (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de comercios que se presentan a la convocatoria, DGEDI				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de comercios evaluados, desglose H/M, DGEDI				
Presupuesto ejecutado 2020.				

* El importe consignado se corresponde con el 20% de los créditos reflejados en la envoltente de la partida presupuestaria del Proyecto de Ley de Presupuestos para el año 2020. El porcentaje tenido en cuenta para calcular la estimación se corresponde con el peso del sector comercial dentro de la economía andaluza, tal y como refleja el diagnóstico del Plan.

Descripción de resultados:

Actuación no ejecutada: debido a la Declaración del Estado de Alarma como consecuencia de la Pandemia generada por el virus COVID-19, se ha retrasado la ejecución de esta actuación inicialmente prevista para el 2020. Se estima que la convocatoria podrá publicarse en el tercer trimestre de 2021. Como consecuencia de este retraso en la ejecución, por parte de la Dirección General de Economía Digital e Innovación se ha llevado a cabo la siguiente modificación en las partidas presupuestaria para llevarla a cabo:

- La partida presupuestaria prevista para el 2021 era la 1400178073 G/72A/60905/00 A1221082Y 2016000471, con 442.000€, y pasa a ser la 1400178076 G/72A/60905/00 17 A1221082Y0 2016000471, con 279.178,26 €, por lo que se minora en 162.821,74 €.

- No había inicialmente previsión de gasto para el 2022, y para ello se dota con 351.565,18 € la siguiente partida presupuestaria: 1400178076 G/72A/60905/00 17 A1221082Y0 2016000471.

Ficha de la actuación 1.1.4.2.: Ayudas para la implantación de las distintas herramientas en las PYMEs comerciales andaluzas.

Descripción: Se convocarán ayudas dirigidas preferentemente a las PYMEs comerciales andaluzas para la incorporación de las Nuevas Tecnologías e implementación de Redes Sociales en sus negocios que les permitirá aprovechar las ventajas y oportunidades de la transformación digital. Para ello se subvencionarán soluciones digitales en el ámbito de la gestión y el comercio electrónico.

Justificación de la actuación: El objetivo es la modernización de los comercios andaluces orientada a la adaptación a los nuevos hábitos de compra/demanda/relaciones con los clientes, de tal modo que les permita marcar la diferencia frente al resto de formatos, atrayendo a nuevos clientes con el fin de incrementar su productividad.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	
Importe	526.293,51 €	1.551.857,00 €	1.009.362,00 €	
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/77400/00 A1221082Y2 2016000549	1400170000 G/76A/77400/00 A1221082Y2 2016000549	1400170000 G/76A/77400/00 A1221082Y2 2016000549	
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Organizaciones representativas del sector			

Indicador de realización/fuente de obtención. N.º de subvenciones solicitadas H/M por año/DGC: 3.294 solicitudes (2020), desagregación H/M no disponible.
Indicador de resultado/fuente de obtención. N.º de subvenciones concedidas/DGC. Concesiones (2020): 78 en total, 51 a personas físicas (H 14, M 37), 27 a personas jurídicas.
Presupuesto ejecutado 2020. 230.147,70 €. Ejecutado al 14,83 % de lo inicialmente previsto para 2020. Se entiende por importe ejecutado el importe concedido imputable a la anualidad 2020.

Descripción de resultados:

1. Resumen de la convocatoria.

La Orden de 7 de mayo de 2020, aprueba las nuevas bases reguladoras para la concesión de subvenciones destinadas a la modernización y mejora de la competitividad y a promover el relevo generacional de las PYMES comerciales y artesanas de Andalucía (BOJA extraordinario n.º 24, de 11 de mayo de 2020 y Corrección de errores BOJA n.º 120, de 24 de junio de 2020).

La convocatoria de estas ayudas, se llevó a cabo mediante la Resolución de 26 de junio de 2020, de la Dirección General de Comercio,
<https://juntadeandalucia.es/organismos/transformacioneconomicaindustriaconocimientoyuniversidades/servicios/procedimientos/detalle/20276/datos-basicos.html>

La redistribución de créditos presupuestarios asignados a la convocatoria se hizo mediante la Resolución de 19 de noviembre de 2020, de la Dirección General de Comercio.

Proyectos subvencionables, Actuaciones y conceptos subvencionables y Gastos subvencionables:

Se podrán subvencionar al amparo de las bases reguladoras de las mencionadas ayudas, cuatro modalidades distintas de proyectos, concretamente, los relacionados con esta actuación del Plan se corresponde con las de la modalidad A:

Modalidad A. Proyectos de modernización digital de las pymes comerciales y artesanas. Con estos proyectos se persigue impulsar la transformación de las pequeñas empresas comerciales a través de las TIC y su incorporación al ámbito digital. Con el fin de mejorar sus objetivos de productividad y competitividad, esta modalidad persigue incentivar el uso transformador de las TIC en la empresa e impulsar el comercio electrónico.

Para el desarrollo de los proyectos de la modalidad A serán subvencionables las siguientes actuaciones:

a) En el ámbito de la mejora de la gestión, las actuaciones dirigidas a la implantación de soluciones digitales en todos los procesos de negocio de la empresa, ya sean relacionadas con la gestión empresarial o directamente con el proceso de comercialización. Tales como:

1.ª Programas de gestión, contabilidad, facturación, relaciones con clientes y proveedores, gestión de almacén, automatización de ventas, u otros similares.

- 2.^a Terminal punto de venta (en adelante TPV), sistemas de codificación y lectura óptica de productos, implantación de etiquetas electrónicas y similares.
- 3.^a Software, programas, herramientas, aplicaciones u otras soluciones digitales para la implementación de proyectos de gestión de las relaciones con clientes (comúnmente denominados por las siglas de su denominación en inglés, Customer Relationship Management: en adelante CRM), u otras actuaciones de fidelización de clientes.
- 4.^a Balanzas electrónicas y similares.
- 5.^a Sistemas de contadores de personas en las diferentes áreas del comercio, escaparates virtuales, cartelería digital, u otras soluciones en el espacio de venta.
- 6.^a Cualquier otra solución digital que introduzca mejoras en el sistema de gestión y/o comercialización, o permita avanzar al establecimiento hacia la experiencia omnicanal del cliente.
- 7.^a En el caso de pymes artesanas, además cualquier solución digital que introduzca mejoras en el sistema de producción.

Será subvencionable tanto la adquisición del software como del equipamiento informático y tecnológico necesario para su implantación y puesta en marcha, incluidas las altas y licencias del primer año y la capacitación necesaria para ello.

b) En el ámbito del comercio electrónico se podrán subvencionar una o varias de las siguientes actuaciones dirigidas a la implantación de una estrategia de comercialización on-line de la empresa:

- 1.^a Creación y diseño de aplicaciones para móviles o sitios web con información corporativa, catálogo de productos, u otra información necesaria en este tipo de aplicaciones. En este caso, serán subvencionables los gastos de programación, diseño y elaboración de contenidos.
- 2.^a Diseño e implantación de una tienda on-line. Para el desarrollo técnico de la tienda on-line se podrán utilizar tanto plataformas open source, como plataformas «en la nube», o bien realizar un desarrollo a medida.
- 3.^a Adaptación del sitio web del establecimiento comercial a los dispositivos móviles.
- 4.^a Implantación de cualquier otra herramienta o complemento de comercio electrónico que permita avanzar al establecimiento hacia la experiencia omnicanal del cliente.
- 5.^a Actuaciones de comunicación, publicidad y marketing en Internet, tales como enlaces patrocinados o marketing en buscadores o SEM (comúnmente conocido por las siglas de su denominación en inglés «Search Engine Marketing»), para dar a conocer la tienda online y promocionar los productos; las acciones de posicionamiento web o SEO (denominación procedente de su denominación en inglés «Search Engine Optimization»); o campañas de email-marketing (envío de newsletters o mails a los clientes).
- 6.^a Contratación de una empresa externa que ofrezca el servicio de gestión de las redes sociales, o community management.

La cuantía máxima subvencionable por cada establecimiento comercial o artesano para el desarrollo de proyectos de modalidad A asciende a 6.000 €. El total subvencionable por empresa para el desarrollo de proyectos de modalidad A, cuando se lleve a cabo en varios establecimientos, asciende a 12.000 €. El porcentaje de la subvención podrá alcanzar hasta el 100% de la inversión realizada por la empresa en el desarrollo del proyecto (IVA excluido). La inversión mínima a realizar para que el proyecto se considere subvencionable asciende a 1.500 € (IVA excluido).

2. Cuadros resumen de la convocatoria.

Crédito inicial convocatoria comercio modalidad A	2.430.649,00 €
Tras redistribución crédito comercio modalidad A	2.430.649,00 €
Importe solicitudes iniciales (sin duplicidades, ni anulados papel) comercio modalidad A	16.522.835,39 €
N.º de solicitudes iniciales comercio modalidad A	3.294

Importe concesiones en 2020 comercio modalidad A	377.853,35 €
N.º de solicitudes concedidas comercio modalidad A en 2020	78

Concesiones en 2020	
Importe imputado a la anualidad 2020 comercio modalidad A	230.147,70 €
Importe imputado a la anualidad 2021 comercio modalidad A	147.705,65 €

Desglose por género concesiones 2020 modalidad A	
Mujeres	14
Hombres	37
Totales	51

Desglose por empresas concesiones 2020 modalidad A*	
CB	1
ESPJ	1
HY	-
SA	-
SC	-
SCA	2
SCP	1
SL	20
SLL	-
SLNE	-
SLU	2
TOTAL	27

* Significado de los acrónimos usados en la tabla anterior: comunidad de bienes, entidad sin personalidad jurídica, herencia yacente, sociedad anónima, sociedad cooperativa, sociedad comanditaria por acciones, sociedad civil privada, sociedad limitada, sociedad limitada laboral, sociedad limitada nueva empresa, sociedad limitada unipersonal.

DATOS POR GÉNERO Y POR PROVINCIA CONCEDIDO EN 2020 COMERCIO MODALIDAD A			
	H	M	Empresas
ALMERÍA			
CÁDIZ			
CÓRDOBA	9	24	19
GRANADA			
HUELVA	5	13	8
JAÉN			
MÁLAGA			
SEVILLA			
TOTAL (78)	14	37	27

Modalidad A. conceptos subv.		N.º actuaciones	Importes
Mejora de la gestión			
A.1.1	Programas gestión, contabilidad, ventas, facturación, relación clientes y proveedores...	31	49.118,94 €
A.1.2	TPV, sist. codificación y lectura óptica a productos, etiquetas electrónicas...	33	46.984,68 €
A.1.3	Software, aplicaciones, soluciones digitales a proyectos CRM y fidelización	18	22.223,32 €
A.1.4	Balanzas electrónicas y similares.	4	3.988,97 €
A.1.5	Sist. contadores de personas, escaparates virtuales, cartelería digital, u otras...	3	4.660,50 €
A.1.6	Cualquier otra solución digital de mejoras en sist. gestión, comercialización, omnicanalidad	19	23.529,44 €
A.1.7	(Sólo pymes artesanas) cualquier otra solución digital de mejoras en sist. Producción	0	0,00 €
SUBTOTAL Mejora de la gestión		108	150.505,85 €
Comercio electrónico			
A.2.1	Creación y diseño de APP para móviles o sitios web	10	6.944,67 €
A.2.2.	Diseño e implantación de un sistema de tienda on line	56	119.623,89 €
A.2.3	Adaptación del sitio web del establecimiento comercial a los dispositivos móviles.	9	2.974,44 €
A.2.4	Herramientas de comercio electrónico	11	8.187,21 €
A.2.5	Comunicación, publicidad y marketing en Internet o utilizando las nuevas tecnologías	30	46.865,06 €
A.2.6	Contratación community management o de gestión de las redes sociales.	29	42.752,23 €
SUBTOTAL Comercio electrónico		145	227.347,50 €
TOTAL		253	377.853,35 €

Esta actuación continúa su tramitación en 2021, pues su ejecución tanto desde el punto de vista de la convocatoria como de las previsiones del VI PIFCIA es plurianual, por lo que los datos de la misma que se ofrecen están referidos exclusivamente a la ejecución en 2020 y son provisionales.

En conclusión, para esta convocatoria de proyectos subvencionables para la Modalidad A se han presentado 3.294 solicitudes por un importe total de 16.522.835,39 euros. 78 han dado lugar a resoluciones de concesión, por un importe total de 377.853,35€, de los que 230.147,70 €, se imputan a la anualidad 2020. Todo ello supone una ejecución de la actuación de un 100% ya que durante el 2020 se han elaborado, tramitado y publicado las bases reguladoras, así como su convocatoria y resolución parcial, y una ejecución presupuestaria de un 14,83% de lo previsto en el Plan para 2020.

Ficha de la actuación 1.1.4.3.: Itinerarios formativos en TICs. Sensibilización y formación en transformación digital para el sector comercio.				
Descripción: Se pondrá a disposición tanto de las personas comerciantes como de las trabajadoras una formación personalizada y adaptada a sus necesidades con la finalidad de que efectivamente conozcan las ventajas que aporta la transformación digital para la mejora de la productividad y la competitividad de sus negocios.				
Justificación de la actuación: Se facilita apoyo formativo adaptado a las necesidades de las empresas comerciales andaluzas para lograr que adquieran las habilidades y competencias necesarias en la economía digital.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	
Importe	10.000€	20.000€	10.000€	
Partidas Presupuestarias	1400018073 G/72A/60905/00 01 2004000291	1400018073 G/72A/60905/00 01 2004000291	1400018073 G/72A/60905/00 01 2004000291	
Órgano responsable	Dirección General de Economía Digital (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Órgano Colaborador	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad) y SANDETEL			
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de acciones de sensibilización / formación, DGEDI: 35 acciones de sensibilización (35 píldoras formativas).				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de participantes H/M, DGEDI Hay más de 1.000 participantes, aunque no participantes únicos, con un total de visualizaciones que supera las 7.000; el desglose h/m no está disponible.				
Presupuesto ejecutado 2020: 40.168,47 €.				

Descripción de resultados: 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, a partir del mes de mayo de 2020 y 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 <https://aesdigital.es/ebook-comercio-transformacion-digital/>.

Para la difusión y captación de participantes se han realizado landing <https://www.empresaandaluciaesdigital.es/programatransformacion-digital-comercio>), mailing y campañas en redes sociales.



Índice de contenidos, fecha de envío y visualizaciones:

Número y título	Fecha de envío	Visualizaciones
1: Identifica las oportunidades que ofrece a tu negocio el entorno digital.	08/05/20	1082
2: Gestiona los pagos de compras a domicilio de forma rápida, sencilla y segura.	15/05/20	518
3: Descubre cuál es la imagen de tu empresa en la red.	22/05/20	380
4: Atrae a nuevos clientes mediante estrategias de precios.	29/05/20	341

5: El ABC de las redes sociales.	05/06/20	389
6: Completa más ventas con la ayuda de WhatsApp.	12/06/20	332
7: Consigue ventas directas a través de las RRSS.	19/06/20	241
8: Vende en Facebook: cómo utilizar tu fanpage para llegar a más público.	26/06/20	206
9: Vende en Instagram: cómo utilizar las imágenes para seducir a tus clientes.	03/07/20	169
10: Vende en YouTube: cómo utilizar los vídeos para generar confianza.	10/07/20	140
11: Dime cuál es tu negocio y te diré en qué redes sociales está tu público.	17/07/20	164
12: Cómo escribir en las redes: aprende el idioma de cada red social.	24/07/20	163
13: Tunea tus redes sociales para el verano.	31/07/20	125
14: Potencia tus ventas en verano mediante el uso de imágenes.	07/08/20	142
15: Introducción al marketing digital para pequeños comercios.	14/08/20	176
16: Aprovecha las tendencias en RRSS para ganar visibilidad.	21/08/20	126
17: Amplía tu público gracias al posicionamiento en redes sociales.	28/08/20	133
18: El secreto para que tus clientes no te abandonen por la competencia.	04/09/20	110
19: Crea tus propios diseños gráficos de forma fácil, sencilla y gratuita.	11/09/20	188
20: Cómo atender y fidelizar a tus clientes.	17/09/20	134
21: Los 3 errores que nunca debes cometer en el servicio postventa.	25/09/20	86
22: Capta la atención de tus clientes usando la gamificación.	02/10/20	142
23: Black Friday y Cyber Monday: impulsa tus promociones con las redes sociales.	09/10/20	152
24: Cómo gestionar la logística de un comercio online.	16/10/20	95
25: Crea tu propia tienda online en Etsy.	23/10/20	133
26: Crea tu propia tienda online en Amazon.	30/10/20	125
27: Crea tu propia tienda online en eBay.	06/11/20	117
28: Navidad en redes sociales: ideas e inspiración para compartir en la época de más ventas del año.	13/11/20	139
29: Atiende las 24 horas del día a tus clientes con un chatbot en Facebook.	20/11/20	127
30: Obtén feedback de tus clientes mediante cuestionarios de satisfacción con Google Forms.	27/11/20	73
31: 5 cosas que tienes que saber antes hacer publicidad en Facebook e Instagram.	04/12/20	90
32: Mantente en contacto con tus clientes a través del móvil.	11/12/20	160
33: Gestión avanzada de correos en el dispositivo móvil: Gmail, Spike y Thunderbird.	18/12/20	146
34: Herramientas para gestionar la creación, firma y envío de documentos.	23/12/20	79
35: 3 apps de agenda y calendario para mejorar tu productividad.	23/12/20	124

Conclusiones de la formación:

A modo de conclusión, parece claro que el sector del comercio minorista se inclina más por aprender todo lo relacionado con la venta y el marketing, y que se ha visto reforzado por la caída de ventas derivada de la situación provocada por la pandemia del virus COVID-19, 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.

Por ello, se hacen las siguientes propuestas en relación a futuras acciones formativas enfocadas este sector:

- Incidir tanto en los contenidos como en los títulos y en las campañas de difusión en las temáticas relacionadas con la venta y el marketing.
- Evitar en la medida de lo posible títulos con palabras técnicas o que “suenen” técnicas que llevarían al alumnado a pensar que la acción formativa le va a llevar un tiempo del que no dispone.
- Enfocarse en contenidos de visualización/reproducción rápida (*fast content*) y cómoda (con preferencia por el formato vertical para móvil), tales como vídeos de menos de 3-4 minutos de duración e infografías (no necesariamente interactivas, algo que de hecho podría ser contraproducente) que permita al alumnado de un solo vistazo adquirir los conocimientos que necesita.

Esta formación a través de WhatsApp ha tenido una gran acogida, pues ha habido más de 1.000 teléfonos móviles inscritos en la misma, además los participantes no son únicos, habiéndose logrado un total de visualizaciones que supera las 7.000. Por ello, la ejecución de la actuación es de un 100%, en cuanto a la ejecución presupuestaria, ha supuesto un 200,87% con respecto a lo previsto inicialmente en el Plan.

Medida 1.2.1: Impulso para la implantación del sistema de innovación en los distintos procesos de las empresas comerciales andaluzas.

Justificación de la Medida: La Innovación es un factor clave del progreso empresarial. El reto es, por tanto, protagonizar un proyecto transformador en el sector comercial a través de la innovación. Para hacer efectivo este proceso transformador se hace necesario acompañar a las empresas comerciales andaluzas, dotándolas de la capacidad para llevar a cabo con éxito esta transformación.

Ficha de la actuación 1.2.1.2.: Asesoramiento especializado dirigido a la implantación de prácticas y procesos innovadores en el sector comercial andaluz.

Descripción: Consiste en prestar asesoramiento especializado a las empresas para, posteriormente implantar en los comercios andaluces las distintas formas de innovación detectadas.

Justificación de la actuación: Esta actuación permitirá que, a través de la innovación, las empresas comerciales puedan crecer y posicionarse como líderes dentro de un mercado saturado.

Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	196.555,46 €	150.000 €	150.000 €	150.000 €
Partidas Presupuestarias	Fondos FEDER y 20% Procedentes del Ministerio de Industria (*)	1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281	11400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281	1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281
Órgano responsable	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas			
Órgano Colaborador	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Indicador de realización/fuente de obtención: Nº de solicitudes recibidas / Cámaras Andaluzas: 122.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: Nº de diagnósticos realizados /Cámaras Andaluzas: 122.				
Presupuesto ejecutado 2020: 146.400 €, un 97,6 % .				

Descripción de resultados: se trata de una actuación enmarcada dentro del Programa de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2019, que se desarrolla en el marco de colaboración entre la Secretaría de Estado de Comercio y la Cámara de Comercio de España.

Son acciones individuales, consistentes en la elaboración de diagnósticos de innovación comercial, con 122 beneficiarios en 2020, no contándose con información desagregada por sexo.

Se trata de la realización de diagnósticos individualizados a pequeños comercios 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. El coste máximo estimado de cada diagnóstico asciende a 1.200 €.

Por ello podemos concluir que la actuación se ha desarrollado al 100% y que a la misma se han destinado 146.400 €, un 97,6% de lo previsto inicialmente. El presupuesto empleado finalmente no ha sido con cargo a la partida presupuestaria prevista en la ficha de la actuación. Por este motivo, en el cuadro de ejecución de la actuación se indica que la actuación ha sido ejecutada al 97,6 %, y en el cuadro de la ejecución presupuestaria el valor es 0.

Medida 1.2.2: Difusión de Proyectos de Innovación en el comercio andaluz.

Justificación de la Medida: con el objetivo de facilitar el conocimiento entre el sector comercial andaluz de los procesos innovadores detectados como buenas prácticas y aquellos otros que puedan incorporarse en los procesos empresariales, se hace necesario la puesta en marcha de actuaciones

de difusión que puedan servir de referente para el resto de las empresas comerciales andaluzas en todos sus formatos.

Ficha de la actuación 1.2.2.1.: Concurso de Proyectos comerciales innovadores.				
Descripción: Se trata de llevar a cabo un lanzamiento de retos de innovación abierta para abordar problemáticas concretas. En primer lugar, se elaborará una Orden de Bases que regule el procedimiento y consistirá en realizar un estudio para la identificación de las necesidades sectoriales no cubiertas por el mercado y a continuación se planteará un reto para que se puedan proponer ideas o proyectos que permitan darle solución.				
Justificación de la actuación: El objetivo de esta actuación es poner en valor a los distintos proyectos comerciales innovadores, al tiempo que fomentar la vinculación entre las entidades públicas y las privadas.				
Prioridad: Baja				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe		Medios Propios	18.000 €	Medios Propios
Partidas Presupuestarias			SUBCONCEPTO 47/48 (nueva creación) Servicio 01	
Órgano responsable		Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)		
Órgano Colaborador		Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Organizaciones representativas del sector		
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de concursos celebrados, DGC.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° proyectos presentados por año y por reto, DGC.				

Descripción de resultados: esta actuación no presenta ejecución en 2020 ya que desde la Dirección General de Comercio se han tenido que priorizar otras actuaciones más necesarias y demandadas por el sector para dar respuesta a la situación provocada por la Covid 19. Los comercios han estado más preocupados por subsistir y por poder seguir abiertos y no desaparecer, que por poner en marcha retos de innovación.

En el ejercicio 2022, se ejecutará lo previsto inicialmente tanto para el 2020 como para el 2021.

2.b) OBJETIVO ESTRATÉGICO 2 (en adelante OE2), POTENCIAR UNA ORDENACIÓN COMERCIAL RACIONAL Y EQUILIBRADA.

Descripción: Con este objetivo se trata de impulsar la adecuación urbanístico-comercial, la calidad y la excelencia en el comercio, analizando la implantación de medidas de eficiencia energética, impulsando el comercio en el medio rural y la lucha contra el intrusismo. 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. Todo ello con la finalidad de que el planeamiento territorial garantice la optimización de la ordenación de la actividad comercial en las áreas de comercio y servicios de las ciudades ya que, el pequeño comercio ejerce un importante papel económico y social, proporcionando servicios y bienes accesibles y cercanos a la ciudadanía, caracterizando los barrios y las ciudades y constituyendo, en muchos casos, una parte de su espacio histórico y de su patrimonio cultural.

Este segundo Objetivo Estratégico se estructura en las siguientes cuatro líneas estratégicas:

LE 2.1: El impulso de la mejora y la adecuación urbanístico-comercial, con veintiuna actuaciones, de las que quince presentan ejecución en 2020;

LE 2.2: Hacia un comercio sostenible, con tres actuaciones de las que una presenta ejecución en 2020;

LE 2.3: Impulso del comercio en el medio rural, con tres actuaciones de las que dos presentan ejecución en 2020;

LE 2.4: Defensa de los intereses comerciales, con cinco actuaciones, de las que tres se ejecutan en 2020.

A continuación se expone la información detallada de las actuaciones incardinadas en el OE2 con ejecución prevista para el 2020.

Medida 2.1.1: Mejora y adecuación de los espacios urbanos comerciales.

Justificación de la Medida: Con esta medida se pretende avanzar en la mejora de los acondicionamientos comerciales de las áreas urbanas, mediante el estímulo y el fomento de su regeneración y recualificación, así como su dinamización económica y social, impulsando así un medio urbano dotado de los indispensables servicios de proximidad, incluidos los comerciales, que sea dinámico, equilibrado y activo y garantice una adecuada accesibilidad a las redes de servicios comerciales adaptada a las necesidades de su población.

Ficha de la actuación 2.1.1.1: Fomento de la adecuación de los espacios urbanos comerciales.

Descripción: Convocatoria de ayudas dirigidas a los Ayuntamientos andaluces para que mejoren los espacios e infraestructuras urbanas dedicadas al comercio en cualquiera de sus formatos y que tengan una repercusión directa en la actividad y la oferta comercial.

Justificación de la actuación: Mejorar el atractivo de los espacios comerciales permitiendo el incremento del consumo en sus locales comerciales.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe		1.000.000 € *	3.000.000 € *	3.000.000 € *
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/76400/00 01 1993000299	1400010000 G/76A/76400/00 01 1993000299	1400010000 G/76A/76400/00 01 1993000299
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias			
Indicador de realización/fuente de obtención: N.º de solicitudes de subvenciones recibidas, DGC.				
Indicador de resultado/fuente de obtención: N.º de subvenciones concedidas, DGC.				
Presupuesto ejecutado 2020:				

* Los importes consignados en esta actuación son compartidos con las actuaciones 2.1.4.1, 2.1.5.3 y 2.1.6.1.

Descripción de los resultados: estas subvenciones no han podido convocarse en 2020 ya que desde la Dirección General de Comercio se han tenido que priorizar otras actuaciones más necesarias y demandadas por el sector para dar respuesta a la situación provocada por la Covid 19, aún así, se ha trabajado en la elaboración de unas nuevas bases reguladoras de estas ayudas dirigidas a los ayuntamientos, con la previsión de su ejecución en 2021 y 2022.

En el ejercicio 2021, se ejecutará lo previsto inicialmente tanto para el 2020 como para el 2021.

Medida 2.1.2: Adecuación de los establecimientos comerciales.

Justificación de la Medida: Con esta medida se pretende avanzar en la adecuación de los establecimientos comerciales para la modernización de la imagen de los espacios de venta, físicos o virtuales que permita incrementar su rentabilidad económica.

Ficha de la actuación 2.1.2.1.: Subvenciones dirigidas a PYMEs comerciales para la adquisición de equipamientos comerciales y dirigidas a su expansión mediante la apertura de un segundo punto de venta.

Descripción: Consiste en la concesión de ayudas para proyectos de modernización y actualización de las PYMEs comerciales andaluzas de forma prioritaria, dirigidas a la modernización de la imagen del espacio de venta, ya sea físico o virtual dirigido a la atracción de nueva clientela, contribuyendo así a incrementar su rentabilidad económica y en definitiva a su supervivencia. Así como para la expansión de las mismas mediante la apertura de un segundo punto de venta.

Justificación de la actuación: El objetivo es su modernización y su expansión, de tal modo que les

<p>permita marcar la diferencia frente al resto de formatos, atrayendo a nuevos clientes con el fin de incrementar su productividad.</p>				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	980.881,88 €	3.883.103,00 €	2.780.512, 00 €	
Partidas Presupuestarias	1400170000 G/76A/77400/00 A1341001Y2 2016000555	1400170000 G/76A/77400/00 A1341001Y2 2016000555	1400170000 G/76A/77400/00 A1341001Y2 2016000555	
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Órgano Colaborador	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Organizaciones representativas del sector			
<p>Indicador de realización/fuente de obtención. N.º de solicitudes recibidas H/M,DGC. Se han recibido 2.096 solicitudes, 1.929 para la modalidad B y 167 para la modalidad C. Desglose datos H/M no disponible.</p>				
<p>Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de proyectos subvencionados H/M (según tipología, provincia), DGC.</p> <p>El número de expedientes de concesión asciende a 157 (un expediente de concesión puede contener más de una actuación):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 125 son de la modalidad B. - 32 de la modalidad C. <p>Los datos de desagregación H/M se ofrecen sobre los expedientes de concesión en 2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modalidad B: 57 a mujeres, 33 a hombres y 35 a empresas con distintas formas de personificación jurídica. - Modalidad C: 4 a mujeres, 6 a hombres y 22 a empresas con distintas formas de personificación jurídica. 				
<p>Presupuesto ejecutado 2020. Los importes total de los 157 expedientes de concesión ascienden a un total de 1.635.663,99 €, 1.130.149,30€ los 125 de la modalidad B y 505.514,69 € los 32 de la modalidad C, de los cuales para la modalidad B, 647.407,17 euros son a cargo de la anualidad 2020 y para la modalidad C, 260.244,08 euros corresponden a la anualidad 2020. Los importes imputables al año 2020 suponen un 23,37% de ejecución presupuestaria sobre lo previsto inicialmente en el VI Plan. Se entiende por importe ejecutado el importe concedido imputable a la anualidad 2020.</p>				

Descripción de resultados:

1. Resumen de la convocatoria.

La información relativa a las bases reguladoras, convocatoria y redistribución de créditos, es la misma ya mencionada en la actuación 1.1.4.2 Ayudas para la implantación de las distintas herramientas en las PYMES comerciales andaluzas.

De las cuatro modalidades distintas de proyectos subvencionables que se contemplan en las mencionadas bases reguladoras, se corresponden con esta actuación las modalidades B y C.

Modalidad B. Proyectos de modernización y actualización de las pymes comerciales y artesanas. Esta modalidad está prevista para proyectos que tengan por objeto su modernización, de tal modo que les permita marcar la diferencia frente al resto de formatos, atrayendo a nueva clientela con el fin de incrementar su productividad.

Modalidad C. Proyectos de expansión de las pymes comerciales y artesanas. Su finalidad es contribuir a la expansión de estas pymes, promocionando proyectos que tengan por objeto la apertura de un nuevo punto de venta comercial o un nuevo establecimiento artesano. El nuevo establecimiento puede desarrollar la misma actividad o introducir algún tipo de variantes del negocio derivadas de la diversificación de su oferta, nuevos servicios ofrecidos a las personas consumidoras o la implantación de nuevas tendencias.

En la modalidad B resultan subvencionables una o varias de las siguientes actuaciones:

- a) Los costes de los servicios profesionales de elaboración y redacción del proyecto de reforma y/o decoración.
- b) Obras de reforma y acondicionamiento de la superficie de exposición y venta del local comercial o establecimiento artesano.
- c) Adquisición de equipamiento y mobiliario de uso en la zona dedicada a la exposición y venta.
- d) Obras de mejora y acondicionamiento de la fachada exterior del local comercial o establecimiento artesano, incluidos los elementos necesarios para ello, como por ejemplo escaparate, carteles, puertas y toldos.
- e) En el caso de pymes artesanas además la adquisición de equipamiento y maquinaria utilizados en el proceso de elaboración de los productos artesanos.

Para el conjunto de actuaciones realizadas en los proyectos de modalidad B, la cuantía máxima subvencionable asciende a 15.000 € por establecimiento y 26.250 € por empresa, cuando el proyecto se desarrolle en varios establecimientos. El porcentaje de la subvención podrá alcanzar hasta el 100% de la inversión realizada por la empresa (IVA excluido). La inversión mínima a realizar por la empresa para que el proyecto se considere subvencionable es de 1.500 € (IVA excluido).

En la modalidad C resultan subvencionables una o varias de las siguientes actuaciones:

- a) Los costes de los servicios profesionales de elaboración y redacción del proyecto de reforma y/o decoración.
- b) Obras de reforma y acondicionamiento de la superficie de exposición y venta del nuevo local comercial o establecimiento artesano.

- c) Adquisición de equipamiento y mobiliario de uso en la zona dedicada a la exposición y venta.
- d) Obras de mejora y acondicionamiento de la fachada exterior del local comercial o establecimiento artesano, incluidos los elementos necesarios para ello, como por ejemplo escaparate, carteles, puertas, y toldos.
- e) En las pymes artesanas se podrá financiar, además, la adquisición de equipamiento y maquinaria destinada al desarrollo de la actividad artesana, tanto en lo relativo a la producción como a la venta.

Para el conjunto de actuaciones realizadas en los proyectos de la modalidad C, la cuantía máxima subvencionable asciende a 21.000 € por cada nuevo establecimiento que se abra, con un máximo de dos establecimientos. El porcentaje de la subvención podrá alcanzar hasta el 100% de la inversión realizada por la empresa (IVA excluido). La inversión mínima a realizar por la empresa para que el proyecto se considere subvencionable es de 3.000 € (IVA excluido).

Se consideran gastos subvencionables los siguientes gastos directos realizados por el establecimiento comercial o artesano solicitante en la ejecución de los proyectos de las modalidades B y C:

1.º Los gastos ocasionados por la realización de las obras o reformas de acondicionamiento interior o exterior de los locales comerciales o establecimientos artesanos, tales como obras de albañilería, fontanería, carpintería y pintura; puertas y ventanas; instalación de suelos, revestimientos de techos y paredes; instalación eléctrica, aire acondicionado y calefacción, así como actuaciones de eficiencia energética en el establecimiento; actuaciones de mejora de la fachada exterior del establecimiento y diseño e instalación de toldos, rótulos, marquesinas comerciales y otras similares; obras para la adecuación y supresión de barreras arquitectónicas o que contribuyan a mejorar la accesibilidad de las personas con discapacidad.

2.º Los gastos ocasionados por el equipamiento de locales comerciales o establecimientos artesanos que consistan en la adquisición e instalación del equipamiento y mobiliario de uso exclusivo en la superficie de exposición y venta o en la adquisición e instalación de equipamiento y maquinaria destinada al desarrollo de la actividad artesana.

Asimismo se considera subvencionable el equipamiento del establecimiento comercial o artesano destinado a la protección de las personas trabajadoras y consumidoras, consistente en elementos destinados a la prevención de la propagación del COVID 19, tales como mamparas protectoras, dispensadores de turnos o sistemas de conteos de personas, barreras portátiles, dispensadores de productos antisépticos, equipos de protección individual para las personas trabajadoras y otros elementos necesarios para tal fin. Estos conceptos se incluyeron en la última fase de tramitación de las Bases Reguladoras a fin de dar respuesta a las necesidades de los comercios andaluces a las medidas de seguridad impuestas por la normativa derivada de la declaración del Estado de Alarma derivado del virus COVID-19 y apoyar así al sector comercial andaluz en su adaptación a las nuevas circunstancias.

3.º Los costes de los servicios profesionales de elaboración y redacción de los proyectos.

<https://juntadeandalucia.es/organismos/transformacioneconomicaindustriaconocimientoyuniversidades/servicios/procedimientos/detalle/20276/datos-basicos.html>

2. Cuadros resumen de la convocatoria.

Crédito inicial convocatoria comercio modalidad B	4.353.686,00 €
Crédito inicial convocatoria comercio modalidad C	1.865.865,00 €
Total crédito inicial convocatorias comercio modalidades B y C	6.219.551,00 €
Tras redistribución crédito comercio modalidad B	5.237.958,00 €
Tras redistribución crédito comercio modalidad C	981.593,00 €
Total tras redistribución crédito comercio modalidades B y C	6.219.551,00 €
Importe solicitudes iniciales (sin duplicidades, ni anulados papel) comercio modalidad B	19.284.910,78 €
Importe solicitudes iniciales (sin duplicidades, ni anulados papel) comercio modalidad C	3.759.905,98 €
Total importe solicitudes iniciales (sin duplicidades, ni anulados papel) comercio modalidades B y C	23.044.816,76 €
N.º solicitudes iniciales comercio modalidad B	1929
N.º solicitudes iniciales comercio modalidad C	167
Total expedientes iniciales comercio modalidades B y C	2096

Importe concesiones en 2020-2021 comercio modalidad B	1.130.149,30 €
Importe concesiones en 2020-2021 comercio modalidad C	505.514,69 €
Total importe concesiones en 2020-2021 comercio modalidades B y C	1.635.663,99 €
N.º de solicitudes concedidas comercio modalidad B	125
N.º de solicitudes concedidas comercio modalidad C	32
Total expedientes comercio modalidades B y C	157

Importe concesiones en 2020	
Importe imputable a la anualidad 2020 comercio modalidad B	647.407,17 €
Importe imputable a la anualidad 2020 comercio modalidad C	260.244,08 €
Total importe imputable a la anualidad 2020 comercio modalidad B y C	907.651,25 €
Importe imputable a la anualidad 2021 comercio modalidad B	482.742,13 €
Importe imputable a la anualidad 2021 comercio modalidad C	245.270,61 €
Total importe imputable a la anualidad 2021 comercio modalidades B y C	728.012,74 €

Desglose por género concesiones 2020 modalidades B y C			
	B	C	B+C
Mujeres	57	4	61
Hombres	33	6	39
Totales	90	10	100

Desglose por empresas concesiones 2020 modalidades B y C			
	B	C	B+C
CB	6	-	6
ESPJ	-	-	-
HY	-	-	-
SA	-	-	-
SC	1	-	1
SCA	2	1	3
SCP	-	-	-
SL	23	19	42
SLL	-	-	-
SLNE	1	-	1
SLU	2	2	4
TOTAL	35	22	57

Significado de los acrónimos usados en la tabla anterior: comunidad de bienes, entidad sin personalidad jurídica, herencia yacente, sociedad anónima, sociedad cooperativa, sociedad comanditaria por acciones, sociedad civil privada, sociedad limitada, sociedad limitada laboral, sociedad limitada nueva empresa, sociedad limitada unipersonal.

DATOS POR GÉNERO Y POR PROVINCIA CONCEDIDO EN 2020 COMERCIO MODALIDAD B			
	H	M	Empresas
ALMERÍA	12	24	12
CÁDIZ			
CÓRDOBA	6	14	12
GRANADA			
HUELVA	15	19	11
JAÉN			
MÁLAGA			
SEVILLA			
TOTAL (125)	33	57	35

DATOS POR GÉNERO Y POR PROVINCIA CONCEDIDO EN 2020 COMERCIO MODALIDAD C			
	H	M	Empresas
ALMERÍA			2
CÁDIZ	1	3	2

CÓRDOBA	2	1	5
GRANADA	1		7
HUELVA	1		3
JAÉN	1		2
MÁLAGA			
SEVILLA			1
TOTAL (32)	6	4	22

Modalidad B. conceptos subv.		N.º actuaciones	Importes
B.1	Servicios profesionales de elaboración y redacción del proyecto reforma, decoración	19	36.330,37 €
B.2	Obras de reforma y acondicionamiento de la superficie de exposición y venta del local	61	344.164,25 €
B.3	Adquisición equipamiento y mobiliario de uso en la zona dedicada a la exposición y venta	85	452.554,35 €
B.4	Obras de mejora y acondicionamiento fachada exterior (escaparate, carteles, puertas, toldos...)	69	297.100,33 €
B.5	(SÓLO pymes artesanas) equipamiento y maquinaria para elaborar productos artesanos	0	0,00 €
TOTAL		234	1.130.149,30 €

Modalidad C. conceptos subv.		N.º actuaciones	Importes
C.1	Servicios profesionales de elaboración y redacción del proyecto reforma, decoración	13	25.304,23 €
C.2	Obras de reforma y acondicionamiento de la superficie de exposición y venta del local...	24	228.663,41 €
C.3	Adquisición equipamiento y mobiliario de uso en la zona dedicada a la exposición y venta	23	193.376,99 €
C.4	Obras de mejora y acondicionamiento fachada exterior (escaparate, carteles, puertas, toldos...)	17	58.170,06 €
C.5	(SÓLO pymes artesanas) equipamiento y maquinaria para elaborar productos artesanos	0	0,00 €
TOTAL		77	505.514,69 €

Esta actuación continúa su tramitación en 2021, pues su ejecución tanto desde el punto de vista de la convocatoria como de las previsiones del VI PIFCIA es plurianual, por lo que los datos de la misma que se ofrecen están referidos exclusivamente a la ejecución en 2020 y son provisionales.

En resumen, esta convocatoria tenía un crédito inicial de 6.219.551,00 €. Se presentaron 2096 solicitudes iniciales, de las que se han concedido en 2020, 157 subvenciones: 125 expedientes de la modalidad B y 32 de la modalidad C, por un importe total de 1.635.663,99 €, 1.130.149,30 € los 125 de la modalidad B y 505.514,69 € los 32 de la modalidad C. Para ambas líneas de subvenciones se ha imputado 907.651,25 euros a la anualidad 2020. Todo ello supone una ejecución de la actuación de un 100% ya que durante el 2020 se han elaborado, tramitado y publicado las bases reguladoras, así como su convocatoria y resolución parcial, y una ejecución presupuestaria de un 23,37% de lo previsto en el Plan para 2020.

Medida 2.1.3: Promoción y Fomento de los Centros Comerciales Abiertos o figuras análogas.

Justificación de la Medida: Esta medida pretende seguir potenciando los Centros Comerciales Abiertos o figura análoga como fórmula exitosa de organización comercial que favorece una distribución de la actividad comercial territorialmente equilibrada y que responde a la íntima conexión entre comercio y la realidad urbana, por su contribución contra la desertización de las ciudades y el deterioro social y urbanístico de las mismas.

Ficha de la actuación 2.1.3.1.: Modernización del modelo de Centros Comerciales Abiertos o figura análoga mediante la modificación de su normativa regulatoria.				
Descripción: Se hace necesario seguir avanzando en modelos de cooperación público-privada como los Centros Comerciales Abiertos o figuras análogas como fórmula exitosa en la organización comercial de los centros urbanos y lograr que alcancen una autofinanciación suficiente.				
Justificación de la actuación: Se hace necesaria una actualización del modelo andaluz de Centros Comerciales Abiertos a los nuevos modelos de éxito de gestión público-privada emergentes.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X		
Importe				
Partidas Presupuestarias		Medios propios		
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector			
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de aprobación de la nueva normativa, DGC.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: Nº de Centros Comerciales Abiertos o figuras análogas reconocidos/adaptados conforme a la nueva normativa, DGC.				

Descripción de resultados: en el mes de junio de 2020 se inició la tramitación de la nueva Orden por la que se regula el procedimiento para el reconocimiento de los Centros Comerciales Abiertos, para adaptarlos a la nueva realidad comercial y a la evolución experimentada por los mismos en los últimos 10 años adecuándolos a los nuevos hábitos de compra. Andalucía es la única Comunidad Autónoma que otorga un reconocimiento específico a los Centros Comerciales Abiertos, y se prevé

que pueda terminar su tramitación y aprobarse durante el primer semestre de 2021. Esta actuación en diciembre de 2020 presenta una ejecución del 80% con medios propios.

Proyecto de orden por la que se establece el procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto,

<https://juntadeandalucia.es/organismos/transformacioneconomicaindustriaconocimientoyuniversidades/servicios/normas-elaboracion/detalle/200975.html>

Ficha de la actuación 2.1.3.4: Fomento de los Centros Comerciales Abiertos o figura análoga.				
Descripción: Ayudas dirigidas a las asociaciones promotoras de Centros Comerciales Abiertos o figura análoga para realizar actuaciones de dinamización y promoción del comercio minorista.				
Justificación de la actuación: Contribuir a la modernización y revitalización de los espacios comerciales tradicionales, generando así impactos positivos de carácter económico, social y urbano, en el desarrollo sostenible de nuestros pueblos y ciudades.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	430.000 €	2.340.000 € *	2.340.000 € *	2.340.000 € *
Partidas Presupuestarias	1400010000 G/76A/78403/00 01 2001000602	1400010000 G/76A/78403/00 01 2001000602	1400010000 G/76A/78403/00 01 2001000602	1400010000 G/76A/78403/00 01 2001000602
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector			
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de ayudas solicitadas, DGC. 38 ayudas solicitadas.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de ayudas concedidas, DGC. 32 ayudas concedidas.				
Presupuesto ejecutado 2020. 611.858,35 euros (74,16%). Se entiende por importe ejecutado el importe concedido imputable a la anualidad 2020.				

*Los importes consignados en esta actuación son compartidos con las actuaciones 2.1.6.2 y 3.2.1.2. Finalmente, el presupuesto conjunto ascendió a 2.500.000,00 €, de los que 1.650.000 € fueron destinados a esta actuación, que se imputan a la anualidad 2020-2021.

Descripción de resultados: en el BOJA n.º 155, de 12 de agosto de 2020, se publica la Resolución de 3 de agosto de 2020, la Dirección General de Comercio, por la que se convocan, para el ejercicio 2020, las subvenciones a conceder en régimen de concurrencia competitiva en materia de comercio destinadas a promover las relaciones de cooperación del sector comercial andaluz, así como a impulsar el asociacionismo comercial en todos sus niveles y la creación y consolidación de los centros comerciales abiertos (Modalidad ASC-CCA). Esta convocatoria es de concurrencia

competitiva, y tiene el objetivo de impulsar la actividad de las asociaciones de comerciantes a fin de aumentar la competitividad de las pymes que las integran, así como potenciar el comercio urbano particularmente mediante el apoyo y consolidación de los Centros Comerciales Abiertos en la realización de actuaciones que contribuyan a su modernización y revitalización. Esta convocatoria se dotó con un importe de 2.500.000 euros, que comprende 1.250.000 euros para la anualidad 2020 y de 1.250.000 euros para la anualidad 2021.

Estas ayudas se encuentran reguladas en la Orden de 20 de octubre de 2016, publicada en el BOJA núm. 206, de 26 de octubre de 2016, se aprobaron las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva en materia de comercio destinadas a promover las relaciones de cooperación del Sector Comercial Andaluz, así como a impulsar el asociacionismo comercial en todos sus niveles y la creación y consolidación de los Centros Comerciales Abiertos (Modalidad ASC-CCA).

Al amparo de esta modalidad se subvencionan actuaciones relacionadas con un proyecto de modernización de la gestión de la asociación mediante la incorporación de nuevas tecnologías; actuaciones de cooperación empresarial consistentes en la promoción de ventas, publicidad, animación y escaparatismo; actuaciones que contribuyan a la eficiencia energética y la sostenibilidad; implantación de un sistema común de fidelización para los clientes del CCA; implantación o mejora de elementos de identificación de los establecimientos integrantes del CCA que impliquen homogeneización de su imagen; gastos derivados de la gerencia profesionalizada del CCA e implantación o mejora de sistemas de seguridad en el CCA.”

<https://juntadeandalucia.es/organismos/transformacioneconomicaindustriaconocimientoyuniversidades/servicios/procedimientos/detalle/8802/datos-basicos.html>

La tramitación de la convocatoria en 2020 ha arrojado los siguientes resultados:

Cuadro resumen de la convocatoria:

	Modalidad ASC CCA			
	Solicitudes iniciales		Concesiones	
	N.º	Importe €	N.º	Importe €
ALMERÍA	4	128.481,62	1	37.300,00
CÁDIZ	6	252.282,47	6	251.465,15
CÓRDOBA	7	330.966,76	7	213.970,09
GRANADA	3	142.067,05	2	91.037,71
HUELVA	3	129.070,15	3	129.070,15
JAÉN	5	144.257,51	5	143.477,50
MÁLAGA	8	366.990,98	0	0,00
SEVILLA	1	23.698,29	1	23.697,51
TOTAL	38	1.517.814,83	25	890.018,11

En conclusión, esta convocatoria se dotó con un importe de 2.500.000 euros, que comprende 1.250.000 euros para la anualidad 2020 y de 1.250.000 euros para la anualidad 2021. Se han concedido un total de 25 ayudas por un importe total de 890.018,11€, de los que 611.858,35 se imputan al ejercicio 2020. Todo ello supone una ejecución de la actuación de un 100% y una ejecución presupuestaria del 74,16 % en 2020.

Por otro lado, en junio de 2020 comenzó la tramitación del Proyecto de Orden, por la que se aprueban las nuevas bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva destinadas a impulsar el asociacionismo comercial y artesano, a promocionar y dinamizar el pequeño comercio urbano y a promocionar la artesanía en Andalucía, cuya publicación está prevista para el primer semestre de 2021.

Tiene como objeto apoyar las actuaciones de promoción y dinamización del comercio urbano y de proximidad llevadas a cabo por asociaciones de comerciantes en ámbitos locales, ya sea en un Centro Comercial Abierto reconocido por la Administración de la Junta de Andalucía, en las zonas comerciales de pueblos y ciudades que no cuenten con la figura de un Centro Comercial Abierto reconocido, en mercados municipales de abastos o en mercadillos de comercio ambulante.

Ficha de la actuación 2.1.3.5.: Realización de Jornadas de análisis y evaluación de los Centros Comerciales Abiertos o figura análoga de Andalucía.

Descripción: El objetivo de estas jornadas será analizar la situación actual y futura de este modelo comercial urbano dentro de la economía andaluza tanto en su dimensión de generador de empleo como en el papel que juega para permitir el acceso al consumo de la población, siendo preciso identificar los elementos claves en el futuro desarrollo del sector y su potencial para generar riqueza en nuestra Comunidad Autónoma, de modo que contribuya a la sostenibilidad y competitividad económica de Andalucía.

Justificación de la actuación: se trata de poner en común las experiencias de los distintos Centros Comerciales Abiertos para que, entre todos se mejore el futuro del sector.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe		18.000, 00 €	18.000, 00 €	18.000, 00 €
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/ 22606/00 01	1400010000 G/76A/22606/00 01	1400010000 G/76A/22606/00 01

Órgano responsable Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)

Órgano Colaborador Organizaciones representativas del sector / Federación Andaluza de Municipios y Provincias

Indicador de realización/fuente de obtención: N° de jornadas celebradas, DGC

Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de asistentes a las jornadas H/M, DGC

Presupuesto ejecutado 2020.

Descripción de resultados: no ha sido posible realizar las jornadas que se habían planificado ya que desde la Dirección General de Comercio se han tenido que priorizar otras actuaciones más necesarias y demandadas por el sector para dar respuesta a la situación provocada por la Covid 19. Igualmente se ha querido esperar a tener publicadas tanto la nueva Orden reguladora del procedimiento para el reconocimiento de los Centros Comerciales Abiertos como la nueva Orden de Bases Reguladoras de las ayudas dirigidas a los mismos para que las jornadas sean más fructíferas. Se ejecutarán en el ejercicio 2021.

Medida 2.1.4: Promoción de los Mercados Municipales de Abastos.

Justificación de la Medida: esta medida pretende implementar, desde el ámbito público, políticas dirigidas a la evolución y mejora del formato Mercado Municipal como un formato más atractivo, competitivo y de reconocido prestigio de cara a la mejora de su funcionalidad y su utilidad, optimizando su imagen, oferta, servicios y modelos de gestión a fin de que sigan siendo referentes del comercio tradicional al tiempo que se adapten a los nuevos hábitos de consumo.

Ficha de la actuación 2.1.4.1.: Ayudas dirigidas a los Ayuntamientos para la promoción de los mercados municipales de abastos.				
Descripción: Convocar ayudas dirigidas a los Ayuntamientos y a las asociaciones representativas del sector que gestionan los mercados municipales de abastos para mejora de la política comercial de los mismos, a fin de adaptarlos a las nuevas tendencias de consumo, y con ello, hacer que el formato evolucione para dar respuesta a las mismas.				
Justificación de la actuación: Mejora y promoción del formato con el objetivo de hacerlo más competitivo y prestigioso.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe		1.000.000 € *	3.000.000 € *	3.000.000 € *
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/76400/00 01 1993000299	1400010000 G/76A/76400/00 01 1993000299	1400010000 G/76A/76400/00 01 1993000299
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias / Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención: Nº de ayudas solicitadas, DGC.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: Nº de ayudas concedidas, DGC.				
Presupuesto ejecutado 2020.				

*Los importes consignados en esta actuación son compartidos con las actuaciones 2.1.1.1, 2.1.5.3 y 2.1.6.1.

Descripción de resultados: estas subvenciones no han podido convocarse en 2020 ya que desde la Dirección General de Comercio se han tenido que priorizar otras actuaciones más necesarias y demandadas por el sector para dar respuesta a la situación provocada por la Covid 19, aún así, se ha trabajado en la elaboración de unas nuevas bases reguladoras de estas ayudas dirigidas a los ayuntamientos, con la previsión de su ejecución en 2021 y 2022.

En el ejercicio 2021, se ejecutará lo previsto inicialmente tanto para el 2020 como para el 2021.

Ficha de la actuación 2.1.4.2.: Programa de inicio a la digitalización de los mercados de abastos.				
Descripción: Programa que persigue como fin principal introducir a los Mercados de Abastos de Andalucía en la incorporación a sus negocios del uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales para conseguir mejoras radicales y disruptivas, que puedan convertirse en una ventaja competitiva de su actividad económica. Teniendo en cuenta que los mercados parten de un grado muy bajo de uso tecnológico, nulo en algunos casos, se proyecta una actuación progresiva que permita una incorporación segura, estable y de éxitos en el entorno web, y mejorar el alcance y conocimiento del mercado y sus características, la involucración de sus comerciantes, y en definitiva el incremento de ventas y la actividad económica en el mercado y su entorno directo.				
Justificación de la actuación: Capacitar a los negocios ubicados en el Mercado en el uso de los nuevos medios tecnológicos que les permiten mejorar la atención tanto al cliente actual como potencial o futuro.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	
Importe	20.800 €	155.000 €	155.000 €	
Partidas Presupuestarias	(*)	1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281	1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281	
Órgano responsable	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias / Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención: N.º de mercados participantes, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación. 13 mercados participantes.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de personas que participan en las distintas medidas H/M, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación.				
Presupuesto ejecutado 2020. Sin ejecución presupuestaria en 2020.				

Descripción de resultados: El Consejo Andaluz de Cámaras y la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad, en el marco del Segundo Convenio Específico de Colaboración para la financiación, definición, desarrollo y ejecución de actuaciones de impulso al sector comercio, preveía la ejecución del Proyecto “Digitaliza tu mercado 1.0”, actuación que consiste en el desarrollo de un programa de transformación digital a desarrollar en 13 mercados andaluces. Al amparo del mismo se capacita a los comerciantes para utilizar los nuevos medios tecnológicos que les permitan mejorar la atención al cliente actual y atraer a nueva clientela, contribuyendo a mejorar su posicionamiento en los nuevos modelos de negocio.

Esta actuación es la segunda etapa del proyecto iniciado al amparo del Primer Convenio Específico de Colaboración, firmado en el ejercicio 2017. Cuenta con un portal web ya creado y ubicado en la dirección <http://digitalizatumercado.es>.

En 2020, se prorrogó el segundo convenio, para terminar las actuaciones que del mismo quedaron pendientes del 2019, esto es, la recopilación de todo el material fotográfico y audiovisual. (Sumando más 5.000 ficheros multimedia) y las acciones de capacitación y sensibilización destinada a los comerciantes del mercado de El Ejido en Almería, del Virgen del Rosario y del Mercado Central, ambos en Cádiz capital.

Esta actuación no conlleva ejecución presupuestaria en 2020 ya que se imputó en su totalidad al ejercicio 2019. En adelante, en los ejercicios 2021 y 2022, estas actuaciones de digitalización de los Mercados de Abastos andaluces, se van a incluir en las nuevas Bases Reguladoras de subvenciones para los Ayuntamientos (Ver actuación 2.1.1.1). La ejecución de la actuación ha sido la terminación de la propia del año 2019, lo que supone un 10,73% de ejecución.

Ficha de la actuación 2.1.4.3.: Programa avanzado de digitalización de los Mercados de Abastos.

Descripción: Tiene por objeto la implantación en los Mercados de abastos andaluces de una herramienta de comercio electrónico adaptada a las necesidades y características específicas de este formato comercial para la venta online de los productos del mercado.

Justificación de la actuación: Acercar los productos frescos del mercado a un mayor público, que no tiene posibilidad de realizar personalmente la experiencia de compra, a la vez que se amplía el área de influencia de los mercados de abastos.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	
Importe	20.800 €	185.000 €	185.000 €	
Partidas Presupuestarias	(*)	1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281	1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281	
Órgano responsable	Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas / Dirección General de Comercio (Consejería de			

	Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias / Organizaciones representativas del sector.
Indicador de realización/fuente de obtención: N.º de mercados participantes, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación. 10 mercados participantes.	
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de personas que participan en las distintas medidas H/M, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación.	
Presupuesto ejecutado 2020. Sin ejecución presupuestaria en 2020.	

Descripción de resultados: El Consejo Andaluz de Cámaras y la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad, en el marco del Segundo Convenio Específico de Colaboración para la financiación, definición, desarrollo y ejecución de actuaciones de impulso al sector comercio, preveía la ejecución del Proyecto “Digitaliza tu Mercado 2.0”, que tiene por objeto la implantación en trece mercados andaluces de una herramienta de comercio electrónico adaptada a las necesidades y características específicas de este formato comercial. Con esta herramienta se pretende acercar los productos frescos del mercado a un mayor público, que no tiene posibilidad de realizar personalmente la experiencia de compra, a la vez que se amplía el área de influencia de los mercados de abastos. Esta actuación pretende ser una experiencia piloto, que pueda ser posteriormente transferida a otros mercados de la comunidad.

En 2020, se prorrogó el segundo convenio, para terminar las actuaciones que del mismo quedaron pendientes del 2019, esto es, las Jornadas de difusión de los resultados del proyecto en los Mercados de Adra, en Almería, Andújar, en Jaén y el Mercado de la Encarnación en Sevilla, y el vídeo final de todos los mercados participantes.

Esta actuación no conlleva ejecución presupuestaria en 2020 ya que se imputó en su totalidad al ejercicio 2019. En adelante, en los ejercicios 2021 y 2022, estas actuaciones de digitalización de los Mercados de Abastos andaluces, se van a incluir en las nuevas Bases Regulatoras de subvenciones para los Ayuntamientos. (Ver actuación 2.1.1.1.). La ejecución de la actuación ha sido la terminación de la propia del año 2019, lo que ha supuesto un 23 % de ejecución.

Mercados andaluces participantes en ambos proyectos durante el ejercicio 2019 y parte del 2020:

PROVINCIAS	PROYECTO DIGITALIZA TU MERCADO 1.0	PROYECTO DIGITALIZA TU MERCADO 2.0
ALMERÍA	Mercado de Adra	Mercado de Adra
	Mercado de El Ejido	
CÁDIZ	Mercado Virgen del Rosario	Mercado de La Línea de la Concepción
	Mercado Central	
CÓRDOBA	Mercado de Montilla	Mercado de Montilla
	Mercado Ciudad Jardín	Mercado de la Corredera

GRANADA	Mercado de Huéscar	Mercado de San Agustín
HUELVA	Mercado de Cartaya	
	Mercado de Ayamonte	Mercado de Ayamonte
JAÉN		Mercado de Andújar
		Mercado de Peñamefécit
MÁLAGA	Mercado de Marbella	
	Mercado de Ronda	Mercado de Ronda
SEVILLA	Mercado de Montequinto	Mercado de la Encarnación
	Mercado de Dos Hermanas	

Medida 2.1.5: Fomento de la implantación de Planes Estratégicos del Comercio en cada Municipio

Justificación de la Medida: Esta medida pretende desarrollar herramientas territoriales de referencia dentro del sector comercial, a través de planes estratégicos de comercio, basados en la generación de 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 de su propia sostenibilidad. Estos planes municipales de comercio marcarán la hoja de ruta a seguir dentro del sector comercial local. A través de las actuaciones contempladas en esta medida se pretende disponer de un conocimiento profundo del comportamiento del sector comercial en cada municipio y propiciar un proceso de trabajo participativo entre todos los agentes implicados en esta actividad económica, permitiendo a su vez la creación de herramientas de colaboración público-privadas.

Ficha de la actuación 2.1.5.3.: Fomento para la implantación de los Planes Estratégicos de Comercio Municipales.

Descripción: Convocar ayudas dirigidas a los Ayuntamientos para el diseño y la elaboración de sus Planes Estratégicos del Comercio en sus municipios.

Justificación de la actuación: Se trata 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.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe		1.000.000€ *	3.000.000€ *	3.000.000€ *
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/76400/00 01	1400010000 G/76A/76400/00	1400010000 G/76A/76400/00

		1993000299	01 1993000299	01 1993000299
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad).			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias / Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención: N.º de ayudas solicitadas, DGC.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de ayudas concedidas, DGC.				
Presupuesto ejecutado 2020. Sin ejecución presupuestaria en 2020.				

* Los importes consignados en esta actuación son compartidos con las actuaciones 2.1.1.1, 2.1.4.1 y 2.1.6.1.

Descripción de los resultados: estas subvenciones no han podido convocarse en 2020 ya que desde la Dirección General de Comercio se han tenido que priorizar otras actuaciones más necesarias y demandadas por el sector para dar respuesta a la situación provocada por la Covid 19, aún así, se ha trabajado en la elaboración de unas nuevas bases reguladoras de estas ayudas dirigidas a los ayuntamientos, con la previsión de su ejecución en 2021 y 2022.

En el ejercicio 2021, se ejecutará lo previsto inicialmente tanto para el 2020 como para el 2021.

Ficha de la actuación 2.1.5.4.: Impulso para la creación de Consejos Municipales de Comercio.

Descripción: Esta actuación apoya, por medio de jornadas, la creación, a nivel local, de órganos colegiados de consulta, participación y asesoramiento en materia comercial en los que estarán implicados los distintos agentes económicos y sociales de cada municipio. Además, en aquellos municipios que ya cuenten con ellos se les tendrá en cuenta como criterio de valoración en las subvenciones dirigidas a los ayuntamientos andaluces.

Justificación de la actuación: Que las políticas comerciales puestas en marcha desde los distintos ayuntamientos andaluces, sean el resultado del consenso y el debate entre los distintos agentes públicos y privados implicados en las mismas.

Prioridad: Media

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe				
Partidas Presupuestarias		Medios propios	Medios propios	Medios propios
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias / Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de aprobación de la nueva normativa regulatoria de subvenciones dirigidas a Ayuntamientos donde se incluye como criterio de valoración. DGC.				

Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de Consejos Municipales de Comercio creados. FAMP.

Descripción de los resultados: no ha sido posible realizar las jornadas que se habían planificado ya que desde la Dirección General de Comercio se han tenido que priorizar otras actuaciones más necesarias y demandadas por el sector para dar respuesta a la situación provocada por la Covid 19. La fecha de las mismas ya está fijada para el 30 de junio de 2021, se ha querido esperar a tener diseñada la nueva Orden reguladora de las ayudas para ayuntamientos así como el contrato de la Guía para el Diseño de los Planes Estratégicos Municipales de Comercio, que ya está en ejecución.

Medida 2.1.6: Fomento del Comercio Ambulante en Andalucía.

Justificación de la Medida: el comercio ambulante es una importante actividad económica generadora de empleo y de dinamización de las economías locales en nuestra comunidad, a lo que hay que añadir su inestimable función de cohesión social.

Esta medida pretende incidir en la mejora de las condiciones de trabajo, organización y gestión de los mercadillos, y por extensión, lograr una mayor calidad en la prestación del servicio, lo que redundará también en un mayor beneficio para los consumidores.

Ficha de la actuación 2.1.6.1: Ayudas a los Ayuntamientos para la mejora y modernización de las infraestructuras dedicadas al desarrollo del Comercio Ambulante en los municipios.

Descripción: Conceder ayudas a los ayuntamientos para mejorar la organización y gestión del comercio ambulante mejorando los espacios e infraestructuras municipales que permita mejorar la calidad en la prestación de esta actividad comercial.

Justificación de la actuación: El comercio ambulante es una importante actividad generadora de empleo y de dinamización de las economías locales en nuestra comunidad.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe		1.000.000€ *	3.000.000€ *	3.000.000€ *
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/76400/00 01 1993000299	1400010000 G/76A/76400/00 01 1993000299	1400010000 G/76A/76400/00 01 1993000299

Órgano responsable Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)

Órgano Colaborador Federación Andaluza de Municipios y Provincias

Indicador de realización/fuente de obtención.

N° de subvenciones solicitadas, DGC. 148 solicitudes, 92 admitidas

Indicadores de resultado/fuente de obtención. N° de subvenciones concedidas, DGC: 88

Presupuesto ejecutado 2020. 537.830,25 euros (84,04% de ejecución en 2020).

(*) Los importes consignados en esta actuación son compartidos con las actuaciones 2.1.1.1, 2.1.4.1 y 2.1.5.3.

Descripción de resultados:

En el ejercicio 2020 no se convocaron estas subvenciones. Sólo se procedió a finalizar la convocatoria del año 2019, realizada mediante la Resolución de 1 de octubre de 2019, de la Dirección General de Comercio, por la que se convocan, para el ejercicio 2019, las subvenciones a conceder, en régimen de concurrencia competitiva, a los Ayuntamientos para la mejora y modernización del comercio ambulante (modalidad CAM), por un importe total de 2.560.000 €, de los cuales se imputaban 1.920.000,00 € al ejercicio 2019 (75%) y 640.000,00 al ejercicio 2020 (25%).

El objetivo de estas subvenciones es promover la consolidación, mejora y modernización del comercio ambulante en Andalucía mejorando espacios e infraestructuras municipales.

Destinatarios: los Ayuntamientos andaluces que tengan su Ordenanza Municipal Reguladora del Comercio Ambulante adaptada a al texto refundido de la Ley de Comercio Ambulante de Andalucía, cuenten con informe favorable del Consejo Andaluz de Comercio y dicha Ordenanza se encuentre publicada en el Boletín Oficial de la Provincia correspondiente.

Actuaciones subvencionables: las actuaciones de adecuación de espacios e infraestructuras, la dotación y mejoras de instalaciones y servicios que tengan repercusión directa en la actividad y oferta comercial:

- a) Asfaltado y remodelación de accesos y obras de acondicionamiento de espacios públicos donde se celebran mercadillos: aseos fijos o desmontables, fuentes de agua, balanzas de peso, etc.
- b) Adquisición e instalaciones de marquesinas y pérgolas.
- c) Habilitación o rehabilitación de zonas de aprovisionamiento, carga y descarga.
- d) Campaña de difusión y promoción del comercio ambulante.
- e) Puesta en marcha de herramientas de resolución de conflictos gestionados por el propio Ayuntamiento, representantes de las personas consumidoras, etc.

Tabla resumen de los resultados de la convocatoria:

Provincia	Municipios solicitantes	N.º. solicitudes		Municipios con subvenciones concedidas	Importes 2019 €	Importes 2020 €	Importes totales €
		Admitidas	Inadmitidas				
Almería	10	5	5	3	-	70.901,61	70.901,61
Cádiz	5	4	1	3	50.946,44	16.982,15	67.928,59
Córdoba	31	24	7	19	364.692,55	121.564,21	486.256,76
Granada	20	8	12	6	158.236,95	52.745,65	210.982,60
Huelva	15	9	6	6	128.012,19	42.670,72	170.682,91
Jaén	28	20	8	11	278.623,73	92.874,60	371.498,33
Málaga	19	10	9	9	170.126,40	56.708,80	226.835,20
Sevilla	20	12	8	11	250.147,52	83.382,51	333.530,03

TOTAL	148	92	56	68	1.400.785,78	537.830,25	1.938.616,03
--------------	-----	----	----	----	--------------	------------	--------------

Conceptos*	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
a)	3	3	15	5	6	11	9	10	62
b)	0	0	7	3	0	5	2	3	20
c)	1	0	0	3	0	2	1	1	8
d)	1	0	2	3	1	2	1	2	12
e)	0	0	0	1	1	0	0	0	2
Total	5	3	24	15	8	20	13	16	104

* Esta tabla expone las actuaciones subvencionadas (una solicitud puede tener más de una actuación concedida).

En resumen, en 2020 se ha procedido a finalizar con la tramitación de la convocatoria de ayudas a los Ayuntamientos para la mejora y modernización del comercio ambulante. El importe total de la convocatoria era de 2.560.000 euros, de los que 537.830,25 euros se han imputado a la anualidad 2020. Todo ello supone que la actuación está ejecutada al 100% y desde el punto de vista presupuestario al 84,04 % de lo previsto en la convocatoria para el año 2020.

Actualmente están en tramitación las nuevas bases reguladoras de estas ayudas dirigidas a los ayuntamientos, que incluyen proyectos de inversión dirigidos a la modernización e infraestructuras locales destinadas al ejercicio del comercio ambulante, con la previsión de su ejecución en 2021 y 2022.

Ficha de la actuación 2.1.6.2.: Ayudas dirigidas a las Confederaciones, Federaciones y Asociaciones de comercio ambulante.

Descripción: Se concederán ayudas para impulsar la actividad de las asociaciones de comerciantes ambulantes, fomentando su fortalecimiento como prestadoras de servicios a sus asociados respecto a las ya existentes.

Justificación de la actuación: la finalidad es fomentar la competitividad de las empresas asociadas.

Prioridad: Alta

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
			X	X
Importe		2.340.000 € *	2.340.000 € *	2.340.000 € *
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/78403/00 01 2001000602	1400010000 G/76A/78403/00 01 2001000602	1400010000 G/76A/78403/00 01 2001000602
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			

Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector.
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de subvenciones solicitadas:1	
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de subvenciones concedidas:1	
Presupuesto ejecutado 2020: 1.258,40€.	

* Los importes consignados en esta actuación son compartidos con las actuaciones 2.1.3.4 y 3.2.1.2. Finalmente el importe conjunto asignado a estas tres actuaciones fue de 2.500.000 euros.

Descripción de resultados: De las ayudas concedidas para asociacionismo contempladas en la actuación 2.1.3.4, una de ámbito regional ha ido destinada a una Asociación de Comercio Ambulante, por un importe de 1.258,40€.

Lo que supone que la actuación está desarrollada al 100% y desde el punto de vista presupuestario al 74,16%.

Ficha de la actuación 2.1.6.3.: Impulso para la adaptación de las Ordenanzas Municipales a la normativa autonómica.

Descripción: Se llevarán a cabo acciones de difusión mediante jornadas y otras actuaciones divulgativas e informativas dirigidas a la totalidad de los Ayuntamientos andaluces, y especialmente a los que no cuenten con una Ordenanza Municipal Reguladora de Comercio Ambulante adaptada a la normativa autonómica.

Justificación de la actuación: Que todos los ayuntamientos andaluces adapten su normativa al Modelo de Ordenanzas Municipales Reguladoras del Comercio Ambulante, ajustado a la normativa andaluza, permitiendo que esta actividad comercial se desarrolle en todo el territorio andaluz bajo unos mismos criterios uniformes

Prioridad: Media

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe		5.000 €	5.000 €	5.000 €
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/ 22606/00 01	1400010000 G/6A/ 22606/00 01	1400010000 G/76A/ 22606/00 01
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias			

Indicador de realización/fuente de obtención:
N° de acciones de difusión efectuadas por año, DGC.
N.º de personas asistentes H/M, DGC.

Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de ordenanzas adaptadas por año. DGC.

Presupuesto ejecutado 2020.

Descripción de resultados: esta actuación no se ha podido ejecutar en 2020 ya que aún están en elaboración las Ordenanzas Tipo. Lo que sí se han llevado a cabo son actuaciones de mejora de las Ordenanzas de Comercio Ambulante en la Comisión de Ambulantes del Consejo Andaluz de Comercio y en reuniones mantenidas con la FAMP. Su ejecución está prevista para el primer semestre de 2021.

Ficha de la actuación 2.1.6.4. Actualización permanente del censo de mercadillos en Andalucía.				
Descripción: Se pondrá en marcha un cuestionario dirigido a los Ayuntamientos andaluces para la actualización anual del censo de mercadillos de Andalucía.				
Justificación de la actuación: Conocimiento permanente de la situación socioeconómica del sector y de la actividad comercial ambulante.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	13.648,80 €	Medios propios	Medios propios	Medios propios
Partidas Presupuestarias	1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916			
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias / Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención: N° de actualizaciones del censo. DGC.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de ayuntamientos participantes por año. DGC.				
Presupuesto ejecutado 2020. Medios propios.				

Descripción de resultados: esta actuación no ha conllevado ejecución en 2020 debido a la situación de crisis sanitaria ocasionada por el virus COVID-19 y a las restricciones de la actividad de esta modalidad comercial que impiden un reflejo real del censo durante este ejercicio, se ejecutará en 2021 y 2022.

Ficha de la actuación 2.1.6.5.: Jornadas de capacitación en la gestión del comercio ambulante
Descripción: Se impartirán jornadas sobre cuestiones relacionadas con la mejora en la gestión del comercio ambulante dirigido a personal al servicio de los Ayuntamientos y policías locales.
Justificación de la actuación: Alcanzar un mayor grado de conocimiento de la normativa aplicable a este tipo de actividad económica mejorando la atención a los comerciantes ambulantes.

Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe			5.000,00 €	
Partidas Presupuestarias		Medios Propios	1400010000 G/76A/22606/00 01	Medios Propios
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad), Federación Andaluza de Municipios y Provincias.			
Órgano Colaborador	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad), Federación Andaluza de Municipios y Provincias, Escuela de Seguridad Pública de Andalucía (Secretaría General de Interior y Espectáculos Públicos).			
Indicador de realización/fuente de obtención: Nº de jornadas realizadas. DGC.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: Nº de personas asistentes a las jornadas H/M. DGC.				

Descripción de resultados: no ha sido posible realizar las jornadas que se habían planificado ya que desde la Dirección General de Comercio se han tenido que priorizar otras actuaciones más necesarias y demandadas por el sector para dar respuesta a la situación provocada por la Covid 19. La fecha de las mismas ya está fijada para el 30 de junio de 2021, se ha querido esperar a tener diseñada la nueva Orden reguladora de las ayudas para ayuntamientos así como el contrato de la Guía para el Diseño de los Planes Estratégicos Municipales de Comercio, que ya está en ejecución.

Medida 2.2.1: Mapa diagnóstico del grado de implantación de las medidas de eficiencia energética en los distintos formatos comerciales en Andalucía.

Justificación de la medida: Desde la Dirección General de Comercio, se considera de vital importancia apostar tanto por la implantación de prácticas sostenibles en las empresas comerciales como sensibilizar a la población de la importancia de fomentar el comercio local en nuestro territorio, como principal medida para conseguir un desarrollo sostenible de nuestra Comunidad.

Ficha de la actuación 2.2.1.3: Difundir entre las empresas comerciales las distintas actuaciones de fomento para la mejora energética del sector comercial andaluz.

Descripción: Con esta actuación se trata de llevar a cabo actividades de coordinación con la Agencia Andaluza de la Energía para dar difusión entre el sector de aquellas ayudas que están en marcha para fomentar:

- el acceso a los centros comerciales mediante vehículos de energías alternativas, como renovación de flotas de transporte para la distribución de última milla o despliegue de puntos de recarga de acceso a la ciudadanía.

<p>- la mejora energética en los edificios e instalaciones comerciales, incluyendo las medidas de eficiencia energética (frío comercial, climatización, aislamiento de edificios, etc) y de aprovechamiento de energías renovables, en régimen de autoconsumo.</p> <p>- y, la mejora energética en instalaciones de iluminación en los espacios comerciales, mediante el desarrollo de diseños de iluminación interior o exterior de los edificios que hagan más atractivos y modernos los espacios comerciales.</p>				
<p>Justificación de la actuación: se trata de fomentar un comercio sostenible mediante la mejora energética en las instalaciones del sector comercial, además de una oportunidad para modernizar y hacer más atractivos y modernos los espacios comerciales.</p>				
<p>Prioridad: Media</p>				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe		Medios Propios	Medios Propios	Medios Propios
Partidas Presupuestarias				
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Agencia Andaluza de la Energía, Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, Cámaras Andaluzas, Organizaciones representativas del sector.			
<p>Indicador de realización/fuente de obtención: Fechas de las difusiones de las ayudas. DGC.</p>				
<p>Indicadores de resultado/fuente de obtención: N° de difusiones anuales. DGC.</p>				

Descripción de los resultados: esta actuación no presenta ejecución en 2020 debido a la pandemia, y la ejecución prevista para 2020 pasa a 2021 y 2022. Con la colaboración de la Agencia Andaluza de la Energía, se facilitará y difundirá la información relevante a todo el sector.

Medida 2.3.1: Análisis de la distribución espacial del comercio en el medio rural.

Justificación de la Medida: El comercio rural ejerce una función de cohesión social y elemento clave de mantenimiento de la población en los municipios pequeños y medianos, que a su vez, supone un efecto multiplicador de la economía local que hay que tener en cuenta.

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.

Ficha de la actuación 2.3.1.1.: Elaboración de un estudio específico de la oferta y la demanda comercial en las zonas rurales.

Descripción: Realización de un estudio que permita conocer, a nivel andaluz, las demandas y la distribución del sector comercial en las zonas rurales.

Justificación de la actuación: Se dispone de escasa información de la estructura existente y del impacto real que este tipo de comercio produce en estos territorios.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	
Importe		Medios Propios	18.000 €	
Partidas Presupuestarias			1400010000G/76A/ 60905/00 01 1999000916	
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias / Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía/Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de realización del estudio, DGC: tareas preparatorias y de recopilación de información previa, octubre de 2020.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de municipios identificados, DGC: 188 municipios, de las Unidades Territoriales del POT que tienen la calificación de Redes de Asentamientos en Áreas Rurales*.				

* Dado que el PEC (por la planificación subregional) divide la UT Cazorla, Segura, Las Villas y Mágina en dos Unidades Territoriales Comerciales, la UTC Sierra de Segura y la UTC Cazorla, Las Villas y Mágina, se ha tenido en cuenta esta división.

Descripción de resultados: se realizó un análisis preliminar tomando los datos ofrecidos por fuentes públicas como el IECA o el INE. Los datos iniciales están tomados del IECA, de la tabla Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía, Establecimientos por sector de actividad y municipio, Unidad de medida: Número de establecimientos, Periodicidad: Anual, Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, Anual: 2019. El vínculo es: https://www.ieca.junta-andalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/operaciones/consulta/anual/289?CodOper=b3_131&codConsulta=289.

La tabla permite el desglose por municipios –ordenados por provincia–, y por actividad económica. Se ha ejecutado este desglose por municipios, y también para el sector comercio, del que ofrece las siguientes divisiones:

- COMERCIO G. Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos de motor y motocicletas
 - 45. Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas
 - 46. Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas
 - 47. Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas

A su vez, dentro de la división 47. Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas, ofrece el siguiente desglose por grupos:

- 471. Comercio al por menor en establecimientos no especializados.

- 472. Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados.
- 473. Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados.
- 474. Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados.
- 475. Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados.
- 476. Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados.
- 477. Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados
- 478. Comercio al por menor en puestos de venta y mercadillos.
- 479. Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos.

A su vez, también se ha relacionado información sobre población y establecimientos comerciales de municipios, según sean de áreas rurales o no, ordenados por población (menos de 500 y entre 500 y 1.000), y n.º de establecimientos comerciales minoristas, especialmente aquellos que atienden necesidades básicas de la población (se estima que principalmente deben ser los grupos 471 y 472, y parcialmente los grupos 475 y 477). Finalmente, se ha obtenido información de los municipios que carecen total o parcialmente (de alguno/s de los grupos anteriores) de establecimientos comerciales.

También se han añadido los datos de población por municipio del INE 2019, para poder relacionar el n.º de establecimientos con la población de los municipios. Y finalmente se han agrupado por UT los municipios situados en las zonas rurales. Por tanto, se obtiene: el n.º de habitantes por cada establecimiento de cualquier sector económico; del sector comercio; del comercio minorista; y por grupos dentro de este último; y estos datos se obtienen para toda Andalucía; para el total de zonas no rurales; para el total de zonas rurales; para las UT de zonas rurales por separado; y por municipios.

Por último, y como parte de esta actuación en 2020 para su ejecución en 2021, a partir de este análisis previo, y partiendo de todos los datos e información analizada, se han elaborado los documentos administrativos para la licitación del contrato “Estudio de la Oferta y la Demanda en Andalucía”, que incluye, el estudio de las zonas rurales de manera específica. El mismo está actualmente en tramitación.

Esta actuación presenta un porcentaje de ejecución del 100% en 2020, con medios propios.

Medida 2.3.2: Impulso del desarrollo de las pequeñas ciudades y áreas rurales a través de la actividad comercial.

Justificación de la Medida: En las pequeñas ciudades y áreas rurales, el comercio ejerce una función de cohesión social y es un elemento fundamental para el mantenimiento de la población. La puesta en marcha de una mesa de trabajo que permita identificar las principales actuaciones a poner en marcha, así como la difusión de las mismas a través de jornadas a los Ayuntamientos, es fundamental.

Ficha de la actuación 2.3.2.1.: Puesta en marcha de una mesa de trabajo de impulso del comercio rural.

Descripción: Se trata de crear un grupo de trabajo en el que estén representadas las distintas administraciones públicas con competencia 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.

Justificación de la actuación: Se pretende 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.

Prioridad: Media

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe				
Partidas Presupuestarias		Medios Propios	Medios Propios	Medios Propios

Órgano responsable Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)

Órgano Colaborador Federación Andaluza de Municipios y Provincias/ Organizaciones representativas del sector.

Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de creación de la mesa.
28 de octubre de 2020.

Indicadores de resultado/fuente de obtención:

Nº de reuniones mantenidas, DGC. 1 reunión

N.º de personas integrantes H/M, DGC: 25 integrantes en total, 13 mujeres y 12 hombres.

N.º de acuerdos alcanzados, DGC.

Descripción de resultados: la Mesa se constituyó el 28 de octubre de 2020, con el objetivo de hacer frente, entre otros, a los daños producidos en el sector comercial por la anterior crisis económica y su incremento con la actual generada por la Covid-19, la dispersión de la población, así como el envejecimiento de la misma.

Las cuestiones necesarias que se plantearon en la Mesa, fueron la definición de zona rural como punto de partida para empezar los trabajos, y la inclusión de los representantes de los comerciantes ambulantes dado el peso de esta actividad para el sector comercial, especialmente en los entornos rurales. Los dos principales objetivos de la mesa de trabajo son el fomento del emprendimiento en las zonas rurales y el establecimiento de medidas contra la despoblación y el envejecimiento de la población.

La sesión constitutiva se celebró telemáticamente por las restricciones debidas a la pandemia, y los asistentes a la misma fueron los siguientes:

Presidente:

- Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades.

En materia de comercio interior:

- Directora General de Comercio.
- Subdirectora.
- Jefa del Servicio de Análisis y Planificación Comercial.

En materia de turismo:

- Director General de Administración Local.
- Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo.

En materia de empleo:

- Secretaría General de Empleo y Trabajo Autónomo.

En materia de educación:

- Dirección General de Formación Profesional.

En materia de agricultura:

- Dirección General de Industria, Innovación y Cadena Agro-alimentaria.

En materia de economía:

- Dirección General de Economía Digital e Innovación. Jefa de Servicio de Formación e Innovación Tecnológica.
- Directora del IECA.

En materia de igualdad:

- Instituto Andaluz de la Mujer.

En materia de fomento, infraestructura y ordenación del territorio:

- Representante de la Dirección General de Movilidad.
- Jefe del Gabinete de redacción. Sv. de Planificación Subregional del Litoral.

En materia de consumo:

- Consejo Andaluz de Consumo. Federación Al-Andalus.
- Consejo Andaluz de Consumo. FACUA-Andalucía.

Por la Federación Andaluza de Municipios y Provincias

- Director del Departamento de Gabinete Técnico y Comisiones de Trabajo.

Por la Confederación de Empresarios de Andalucía:

- Dos representantes.

Por el Consejo Andaluz de Cámaras :

- Una representante.

Por la Unión General de Trabajadores de Andalucía:

- Una representante.

Por Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza:

- Un representante.

Por la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado – FAECTA:
- Dos representantes.

Por las Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía:
- Un representante.

Se acordó elaborar un catálogo con las distintas actuaciones que, respectivamente, tienen previstas o llevan a cabo los órganos y las organizaciones representadas en la Mesa, y que inciden de forma directa o indirecta en el comercio rural; y se emplazó a una siguiente reunión, que finalmente está previsto celebrar en abril de 2021.

Esta actuación presenta un porcentaje de ejecución del 100% en 2020, con medios propios.

Medida 2.4.1: Seguridad en el comercio.

Justificación de la Medida: Se hace necesario poner en marcha actuaciones dirigidas a mejorar las condiciones de seguridad de los establecimientos y de los productos, ofreciendo información y asistencia al sector sobre las precauciones y prevenciones que se deben adoptar para mejorar la seguridad de las áreas y de los espacios comerciales, así como la lucha contra el intrusismo en el comercio andaluz, entendido como la venta que se desarrolla de forma ilegal o bien mediante la venta de productos falsificados.

Ficha de la actuación 2.4.1.1: Creación de una mesa de trabajo “Por el Comercio Seguro”				
Descripción: Se trata de crear una mesa de trabajo en la que estén representadas las distintas administraciones públicas con competencias en comercio y en seguridad, así como los agentes económicos y sociales implicados, para velar por la seguridad del comercio en Andalucía.				
Justificación de la actuación: Se pretende que las actuaciones que se pongan en marcha desde las distintas administraciones públicas andaluzas, sean fruto del consenso y del debate entre los distintos agentes públicos y privados implicados en las mismas.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	
Importe				
Partidas Presupuestarias		Medios propios	Medios propios	
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias / Organizaciones representativas del sector / Escuela de Seguridad Pública de Andalucía (Secretaría General de Interior y Espectáculos Públicos).			
Indicador de realización/fuente de obtención: fecha de creación de la mesa de trabajo. 18 de septiembre de 2020.				

Indicadores de resultado/fuente de obtención:

N.º de reuniones mantenidas. DGC. 3 reuniones

N.º de personas integrantes H/M. DGC. 15 personas, 7 mujeres, 8 hombres.

N.º de acuerdos alcanzados. DGC. 21 acuerdos

Descripción de resultados: la creación de esta Mesa de Trabajo es una actuación muy demandada por el sector comercial andaluz porque en la actualidad no existe una herramienta jurídica para luchar contra la multirreincidencia en el hurto de menos de 400 euros. Este vacío legislativo abre una brecha a las bandas organizadas que se dedican al robo de productos de alto valor, como el alcohol o los perfumes, provocando pérdidas millonarias en el sector, tanto por las mermas, como por el coste en inversión en seguridad.

Por otro lado, la venta de productos falsificados también genera enormes pérdidas anuales a los comerciantes de nuestro país y a las industrias afectadas por los productos falsificados, perjudicando directamente al comercio de proximidad.

Con el objetivo de trabajar de forma coordinada para combatir los delitos de seguridad y la venta ilegal y de productos falsificados en el sector comercial andaluz, el 18 de septiembre de 2020 el Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades presidió la constitución de esta Mesa de Trabajo, en la cual están representadas: la Junta de Andalucía, a través de las Consejerías de Turismo, Presidencia, Transformación Económica y Salud, la Delegación del Gobierno en Andalucía, la Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP), los sindicatos más representativos en la región (CC.OO y UGT) y la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA). Posteriormente la Mesa se ha reunido en dos ocasiones más, el 16 de octubre y el 18 de diciembre. En dichas reuniones, se han realizado propuestas e iniciativas a desarrollar por los diferentes miembros de la Mesa y se están realizando actuaciones con el fin de crear mecanismos que permitan avanzar hacia un comercio más seguro en nuestra región y garantizar que las actividades ilegales que generan competencia desleal vayan desapareciendo de los pueblos y ciudades de Andalucía.

Composición de la Mesa:

• Representantes de la Administración:

- Presidencia:
 - Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades.
- Representante de la Dirección General de Comercio:
 - Directora General de Comercio.
 - Subdirectora de la Dirección General de Comercio.
 - Jefa de Servicio de Análisis y Planificación Comercial.
 - Funcionaria de la Dirección General de Comercio, que actúa de Secretaria.
- Representante de la Dirección General de la Oficina Judicial y Fiscal:
 - Director General de la Oficina Judicial y Fiscal.
- Representante de la Dirección General de Administración Local:
 - Coordinador de Administración Local.

- Representante de la Dirección General de Emergencias y Protección Civil:
 - Coordinador de la Secretaría General de Interior y Espectáculos Públicos.
- Representante de la Dirección General de Consumo:
 - Director General de Consumo.
- Representante de los Cuerpos y Seguridad del Estado:
 - Secretaria General de la Delegación del Gobierno en Andalucía.
- Representante de la Federación Andaluza de Municipios y Provincial:
 - Secretaria General de la FAMP.
- Representantes de las organizaciones empresariales más representativas:
 - Dos representantes de la CEA.
- Representantes de las organizaciones sindicales más representativas:
 - Una representante de CCOO Andalucía.
 - Un representante de UGT, Secretario Sectorial de Comercio Regional de UGT Andalucía.

Esta actuación presenta un porcentaje de ejecución del 100% en 2020, con medios propios.

Ficha de la actuación 2.4.1.4.: Formación en materia de inspección comercial				
Descripción: Se pretende dotar al personal funcionario de la Junta de Andalucía que desempeña las funciones de la inspección comercial, de unos conocimientos amplios y unas herramientas adecuadas para que puedan ejercer sus actuaciones de la manera más eficiente posible, mediante actuaciones formativas regladas a través de un curso específico anual.				
Justificación de la actuación: Incrementar y actualizar el conocimiento de las personas inspectoras de la actividad comercial mediante la formación para el desarrollo eficaz y efectivo de las distintas actuaciones que se desarrollan relacionadas con la inspección.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe				
Partidas Presupuestarias		Medios propios	Medios propios	Medios propios
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Instituto Andaluz de Administración Pública (Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior)			
Indicador de realización/fuente de obtención: N.º de cursos celebrados. DGC.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de personas asistentes a las mismas H/M. DGC.				

Descripción de resultados: no ha sido posible realizar esta actuación debido a la pandemia y a las restricciones de movilidad y reunión impuestas como consecuencia de la misma para frenar los contagios, pasando su ejecución para el ejercicio 2021.

Ficha de la actuación 2.4.1.5.: Actuaciones de coordinación en materia de inspección comercial.				
Descripción: Consiste llevar a cabo la coordinación de las actuaciones inspectoras en materia comercial con la desarrollada por la inspección de consumo y por las fuerzas y cuerpos de seguridad a través de reuniones de coordinación anual y de jornadas formativas comunes dirigidas a las fuerzas y cuerpos de seguridad y al sector para unificar criterios de actuación.				
Justificación de la actuación: Potenciar la actuación inspectora que permita mejorar la actividad comercial desarrollada conforme a la normativa aplicable.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe				
Partidas Presupuestarias	Medios propios	Medios propios	Medios propios	Medios propios
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Órgano Colaborador	Dirección General de Consumo (Consejería de Salud y Familias), Dirección General de Emergencias y Protección Civil (Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior).			
Indicador de realización/fuente de obtención: n.º de reuniones de coordinación y jornadas anuales mantenidas. DGC. - 1 reunión para la Comercialización de la Madera Legal. - 3 reuniones en el Órgano Sectorial del Comercio.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de actuaciones inspectoras incoadas por año. DGC. Total de actuaciones: 1.238 - Actas informativas: 502 - Actas de inspección: 636 - Infracciones: 145				
Presupuesto ejecutado 2020. Medios propios.				

Descripción de resultados: Mediante Resolución de 4 de diciembre de 2019, de la Dirección General de Comercio, se aprobó el Plan de Inspección Comercial de Andalucía para el año 2020 una vez consensado con el sector, cuyos objetivos, tal y como se establece en el artículo 13 de la Orden de 12 de julio de 2011, son los siguientes:

- a) Informar a los comerciantes de los requisitos legales derivados de la práctica del comercio interior en Andalucía, con el objetivo de que se consiga el desarrollo óptimo de su actividad comercial y repercuta directamente en su beneficio y en el de los propios consumidores.
- b) Establecer la planificación de las actuaciones que sean adecuadas para velar por el respeto de la normativa vigente en materia de comercio interior.
- c) Proporcionar al personal de inspección la formación necesaria para el ejercicio de sus funciones.

Para el buen desarrollo del mencionado Plan de Inspección, se han desarrollado las siguientes reuniones y actuaciones de coordinación en materia de inspección:

- Reuniones con el órgano sectorial de Consumo: 3 reuniones.
- Reuniones en el Ministerio sobre actuaciones relativas a la Comercialización de la Madera: 1 reunión.

Asimismo, en desarrollo del mencionado Plan se han articulado las siguientes campañas de Inspección:

1. Campaña general de información sobre la normativa comercial.
2. Campañas inspectoras específicas.
 - 2.1. Campaña sobre horarios comerciales.
 - 2.2. Campaña sobre comprobación tiendas de conveniencia.
 - 2.3. Campaña sobre ventas en rebajas (invierno y verano)
 - 2.4. Campaña sobre ventas de saldos.
 - 2.5. Campaña sobre ventas en liquidación.
 - 2.6. Campaña sobre ferias de oportunidades.
 - 2.7. Campaña sobre ventas promocionales: “Black friday” o “Viernes negro”, “Mid season sales”, etc.
 - 2.8. Campaña sobre ventas a distancia (comercio electrónico).
 - 2.9 campaña sobre verificación en establecimientos comerciales que hayan obtenido el sello Andalucía Segura Comercio.

También se han desarrollado actuaciones respecto a la verificación en establecimientos comerciales que hayan obtenido el Sello Andalucía Segura Comercio y comprobaciones de las altas en el RCAC.

Cuadro resumen de las actuaciones inspectoras:

A – Acta informativa B – Acta de Inspección C – Infracción		AL	CA	CO	GR	HU	JA	MA	SE	Totales por campaña	
2.1. Campaña sobre horarios comerciales.	A	23	25	--	--	1	--	--	--	49	153
	B	--	14	--	--	3	--	42	--	59	
	C	8	37	--	--	--	--	--	--	45	
2.2. Campaña sobre comprobación tiendas de conveniencia.	A	--	--	--	--	--	--	--	--	0	0
	B	--	--	--	--	--	--	--	--	0	
	C	--	--	--	--	--	--	--	--	0	
2.3.1. Campaña sobre ventas en rebajas. Invierno	A	5	28	57	--	14	--	24	62	190	450
	B	30	53	52	--	25	--	--	62	222	
	C	8	17	11	--	--	--	--	2	38	

2.3.2. Campaña sobre ventas en rebajas. Verano	A	--	13	--	--	15	--	26	15	69	199
	B	11	40	--	--	--	--	50	--	101	
	C	3	23	--	--	--	--	3	--	29	
2.4 y 2.5. Campañas sobre ventas de saldos y en liquidación.	A	6	--	--	13	3	17	6	--	45	129
	B	6	--	--	21	3	8	22	11	71	
	C	1	--	--	1	3	7	1	--	13	
2.6. Campaña sobre ferias de oportunidades.	A	--	--	--	--	1	--	--	--	1	3
	B	--	--	--	--	2	--	--	--	2	
	C	--	--	--	--	--	--	--	--	0	
2.7. Campaña sobre ventas promocionales: "Black friday" o "Viernes negro", "Mid season sales", etc.	A	10	--	24	--	1	--	11	--	46	99
	B	--	--	24	--	1	--	18	--	43	
	C	4	--	--	--	--	--	6	--	10	
2.8. Campaña sobre ventas a distancia (comercio electrónico).	A	--	--	--	14	--	--	--	--	14	81
	B	5	--	--	14	19	20	--	--	58	
	C	--	--	--	--	9	--	--	--	9	
3. Campaña de verificación en establecimientos comerciales que hayan obtenido el sello Andalucía segura comercio.	A	--	--	--	--	--	--	--	--	0	0
	B	--	--	--	--	--	--	--	--	0	
	C	--	--	--	--	--	--	--	--	0	
4. Comprobación de las altas en el RCAC	A	--	--	--	--	8	--	--	--	8	56
	B	--	--	--	--	7	--	41	--	48	
	C	--	--	--	--	--	--	--	--	0	
5. General sobre normativa comercial	A	5	--	--	24	9	--	42	--	80	113
	B	--	--	--	24	8	--	--	--	32	
	C	--	--	--	1	--	--	--	--	1	
Totales por provincia		125	250	168	112	132	52	292	152	1.283	1.283
A		49	66	81	51	52	17	109	77	502	
B		52	107	76	59	68	28	173	73	636	
C		24	77	11	2	12	7	10	2	145	

Por otro lado, mediante Resolución de 17 de diciembre de 2020 de la Dirección General de Comercio, se aprobó el Plan de Inspección Comercial de Andalucía para el año 2021, una vez consensuado con el sector.

De acuerdo con lo anterior, podemos concluir que esta actuación se ha desarrollado correctamente, incluyendo la ejecución de actuaciones inspectoras no previstas, teniendo en cuenta las circunstancias derivadas de la pandemia actual provocada por el Covid19 y las limitaciones y restricciones inherentes a la situación generada por la misma. Por ello se ha ejecutado en un 100 %, con medios propios.

2.c) OBJETIVO ESTRATÉGICO 3 (en adelante OE3), PROMOVER LA COMPETITIVIDAD Y EL EMPRENDIMIENTO DEL SECTOR COMERCIAL ANDALUZ.

Descripción: La mejora de la competitividad y el emprendimiento en el comercio andaluz se alcanzará mediante la necesaria simplificación administrativa y supresión de barreras de entrada, la cooperación, la gestión y el emprendimiento empresarial, apoyando el relevo generacional. Se hace necesario revisar toda la normativa que resulta de aplicación, poniendo el foco en los procedimientos administrativos que resulten innecesarios, complejos y obsoletos.

Fomentar el emprendimiento y la puesta en marcha de nuevos comercios requiere, como en cualquier sector económico, implementar ciertas habilidades empresariales para aumentar el grado de supervivencia de estas empresas y que consoliden el sector comercial en Andalucía.

El Objetivo Estratégico 3 se divide en las siguientes cinco líneas estratégicas:

LE 3.1: Simplificación administrativa, con cuatro actuaciones de las que tres presentan ejecución en 2020;

LE 3.2: Cooperación empresarial en el sector comercial andaluz, con tres actuaciones, de las que dos conllevan ejecución en 2020;

LE 3.3: Fomento del emprendimiento comercial, con cuatro actuaciones, de las que tres conllevan ejecución en 2020;

LE 3.4: Impulso del relevo generacional en el sector comercial andaluz, con dos actuaciones, de las que una presenta ejecución en 2020;

LE 3.5: Promoción del sector comercial andaluz, con cinco actuaciones, y todas conllevan ejecución en 2020.

A continuación se expone la información básica de las actuaciones incardinadas en el OE3 con ejecución prevista para el 2020.

Medida 3.1.1: Medidas legislativas de impulso de la actividad comercial y de eliminación de barreras.

Justificación de la Medida: En el marco de la mejora de la regulación de las actividades económicas, se hace necesario llevar a cabo un proceso de análisis de todos los procedimientos administrativos que inciden en el sector e impulsar la modificación normativa correspondiente dirigida a generar normas eficientes, trámites simplificados e instituciones eficaces, que permitan conseguir un funcionamiento óptimo de la actividad económica del sector comercial.

Ficha de la actuación 3.1.1.1: Elaborar un mapa de procedimientos administrativos autonómicos y locales que afectan al sector comercial.

Descripción: Se llevarán a cabo trabajos de análisis de los procedimientos existentes y la

elaboración posterior de un mapa de procedimientos administrativos autonómicos y locales que afecten al desempeño y realización de la actividad comercial en Andalucía.				
Justificación de la actuación: es necesario determinar los procedimientos o trámites administrativos que afecten a la actividad comercial, desde su comienzo hasta su fin, por razones relativas a la seguridad jurídica y a favorecer la actividad económica en el sector.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X		
Importe				
Partidas Presupuestarias		Medios propios		
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Agencia Andaluza de Defensa de la Competencia de Andalucía			
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de elaboración del mapa, DGC. Junio de 2020.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de procedimientos identificados, DGC. Se han identificado 52 procedimientos, y 11 trámites en procedimientos.				

Descripción de resultados: se ha llevado a cabo un trabajo de análisis de los procedimientos existentes y la elaboración posterior de un mapa de procedimientos y servicios administrativos autonómicos y locales (también se incluyen algunos de la administración central o de sus órganos dependientes) que afectan al desempeño y realización de la actividad comercial en Andalucía en el que se determinan aquellos procedimientos o trámites administrativos que afectan a la actividad comercial, desde su comienzo hasta su fin, por razones relativas a la seguridad jurídica y a favorecer la actividad económica en el sector.

De cada procedimiento se han estudiado los siguientes aspectos: descripción, ámbito geográfico/tipo, organismo, destinatarios, tramitación telemática, documentación, necesaria, plazo activo, plazo tramitación, normativa reguladora (enlace), observaciones.

A continuación se exponen los procedimientos identificados:

Otorgamiento de escritura
Acta notarial de cese de la actividad
Inscripción en el Registro Mercantil
Legalización del libro diario y del libro de inventarios y cuentas anuales
Legalización del libro de actas, del libro de registro de socios, del libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad
Certificación negativa de denominación social
Solicitud de inscripción del cese de la actividad y cancelación de asientos registrales
Alta en el censo de empresarios, profesionales y retenedores

Baja en el censo de empresarios, profesionales y retenedores
Modelo 840.- Alta en el impuesto sobre actividades económicas (IAE)
Modelo 130. IRPF. Empresarios y profesionales en Estimación Directa. Pago fraccionado
Modelo 200. IS. Impuesto sobre Sociedades e Impuesto sobre la Renta de no Residentes. Documentos de ingreso o devolución
Modelo 111. Retenciones e ingresos a cuenta. Rendimientos del trabajo y de actividades económicas, premios y determinadas ganancias patrimoniales e imputaciones de Renta. Autoliquidación
Modelo 190.- Retenciones e ingresos a cuenta. Resumen anual
Modelo 303.- Impuesto sobre el valor añadido (IVA)
Modelo 390.- Impuesto sobre el valor añadido (IVA). Resumen anual
Modelo 347.- Declaración anual de operaciones con terceras personas
Obtención de un certificado electrónico
Solicitud de autorización para el uso del Sistema Red
Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA)
Baja en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA)
Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social
Afiliación de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social
Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social
Baja de los trabajadores contratados en el Régimen de la Seguridad Social
Comunicación del cese de la cuenta de cotización en la Seguridad Social.
Inscripción de la empresa en la Seguridad Social
Registro de signos distintivos
Subvenciones e incentivos al comercio: Subvenciones para la modernización de las PYMES comerciales
Subvenciones e incentivos al comercio: Subvenciones para promover el Relevo Generacional de las PYMES comerciales
Subvenciones e incentivos al comercio: Subvenciones a asociaciones de comerciantes
Subvenciones e incentivos al comercio: Subvenciones a los Ayuntamientos para la mejora y modernización del comercio ambulante
Solicitud de declaración de Zonas de Gran Afluencia Turística, a efectos de horarios comerciales
Solicitud de renuncia de Zonas de Gran Afluencia Turística, a efectos de horarios comerciales
Solicitud certificado acreditativo de condición de tienda de conveniencia para un establecimiento
Registro de Comerciantes y Actividades Comerciales de Andalucía
Ventas realizadas en ferias de oportunidades: comunicación previa
Venta en liquidación: comunicación previa
Solicitud de informe del Consejo Andaluz de Comercio previo al otorgamiento por parte del Ayuntamiento de la autorización para ejercer la actividad comercial ambulante.
Registro General de Comerciantes Ambulantes de Andalucía
Procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía
Premios Andalucía del Comercio Interior
Apertura de Centros de Trabajo o Reanudación de la Actividad: Comunicación
Comunicación de cierre del Centro de Trabajo
Liquidación del ITPAJD (Agencia Tributaria de Andalucía)
Licencia de apertura de actividad
Licencia de instalaciones y obras
Licencia de funcionamiento
Licencia exprés

Esta actuación se ha ejecutado al 100% con medios propios en 2020.

Ficha de la actuación 3.1.1.2: Modificación normativa dirigida a la simplificación de procedimientos.				
Descripción: mejorar la regulación, suprimir o simplificar procedimientos administrativos que sean innecesarios, complejos u obsoletos, en los que es competente la Dirección General de Comercio, bien con capacidad resolutoria, de propuesta o de emisión de informes, clasificados éstos según sean preceptivos y/o vinculantes; así como en las medidas propuestas por el Grupo de Expertos para la Mejora de la Regulación Económica de Andalucía relativas a la regulación de horarios comerciales, al tiempo que impulsar la mejora normativa de aquellas regulaciones competencia de otras Consejerías que inciden directa o indirectamente en el sector.				
Justificación de la actuación: se hace necesaria una reducción de las cargas administrativas y de las trabas que dificultan la iniciativa empresarial en el sector comercial.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe				
Partidas Presupuestarias		Medios propios	Medios propios	Medios propios
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Agencia Andaluza de Defensa de la Competencia de Andalucía			
Indicador de realización/fuente de obtención. N.º de normas modificadas. DGC: 3.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de procedimientos suprimidos: 1 (revisión anual ZGATs). N.º de procedimientos simplificados: 3 (ZGATs). N.º de procedimientos modificados, DGC.				

Descripción de resultados: desde el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía en el año 2020, se han llevado a cabo las siguientes modificaciones normativas dirigidas a la simplificación de procedimientos.

- Aprobación del Decreto-ley 2/2020, de 9 de marzo, de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía, que ha tenido por objeto regular modificaciones en la normativa andaluza que permitan fomentar y activar la actividad económica andaluza ante el pronóstico de deterioro económico esperado para 2020 de los indicadores tanto macroeconómicos como sectoriales y de empleo más allá de lo observado en 2019, en consonancia con la evolución previsible de la economía mundial y española debido principalmente a dos amenazas muy claras

como son las incertidumbres derivadas del «brexit» o de la pandemia mundial provocada por el virus COVID-19.

En este Decreto Ley 2/2020, de 9 de marzo, se han incluido modificaciones en los artículos 19 y 20 del Texto Refundido de la Ley de Comercio interior de Andalucía, aprobado por Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, y que pretende establecer un marco jurídico con efectos favorables para las empresas comerciales andaluzas, pues al incrementar y flexibilizar los horarios de apertura autorizados en domingos y festivos, se les permite adaptar su oferta a la cambiante demanda de las personas consumidoras, y ello es fundamental en el actual contexto de globalización de la economía digital y de los nuevos hábitos de consumo y más en momentos como el actual donde han cambiado radicalmente la forma de vender y el comportamiento de las personas consumidoras.

En este sentido, cabe señalar que el elemento clave es que los formatos tradicionales de comercio, con independencia de su tamaño, compiten con las grandes plataformas de comercio electrónico sin establecimiento físico, cuyo horario de apertura es 24 horas y 365 días al año, por lo que con esta modificación normativa, su diferencia horaria se reduce y especialmente se ponen en valor los activos fijos comerciales y, en consecuencia, se aumenta su capacidad de competir, ofreciendo un mejor servicio directo a las personas consumidoras, estimulando la utilización de los establecimientos físicos.

Por otra parte, esta modificación normativa permite adaptar la oferta, en función del creciente número de visitantes y de la industria turística de nuestra Comunidad, que se volverá a reactivar una vez superada la crisis sanitaria del COVID 19, pues la promoción del turismo exige que la Administración autonómica ofrezca un marco lo menos restrictivo posible para sus comercios, especialmente en el comercio minorista de bienes de primera necesidad, tales como comidas, bebidas y demás productos de uso diario. Todo ello, a fin de que puedan abrir sus establecimientos y atender a la mayor demanda que conlleva la enorme afluencia de visitantes en determinadas épocas del año y establecer un incremento progresivo de los días de apertura autorizada en domingos y festivos; así se permitirá, además, una adaptación gradual de nuestros comercios hasta el límite mínimo de dieciséis días establecido en la normativa estatal básica y ajustar, igualmente, y de forma adecuada y correcta a la regulación de declaración de zonas de gran afluencia turística a efectos comerciales a lo dispuesto en la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales, tras su última modificación a través de la Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia.

Por otro lado, con esta modificación normativa se habilita legalmente a las Corporaciones Locales de nuestra región la posibilidad de permutar hasta dos de los domingos y festivos habilitados en el calendario anual regional por otros en atención a las necesidades comerciales de su término municipal, permitiendo así adaptar las demandas comerciales y de consumo a las necesidades de cada territorio.

También se ha procedido a modificar y ampliar los establecimientos comerciales físicos que tendrán plena libertad para determinar los días y horas de apertura al público, ajustándolo a la nueva realidad comercial como son los establecimientos de elaboración y venta de churros, patatas fritas, frutos secos y dulces, los dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales y deportivos ubicados en el interior de museos o establecimientos culturales o deportivos, los establecimientos comerciales integrados en instalaciones de prestación de servicios turísticos, dedicados exclusivamente al servicio de las personas usuarias de las mismas, las actividades comerciales

efímeras y se delimitan con precisión los requisitos que han de cumplir las denominadas tiendas de conveniencia.

Por otro lado, con la modificación que se propone en el artículo 20 de parte del articulado del Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, se trata de adaptar la regulación de los criterios y trámites del procedimiento para la declaración a la modificación del artículo 20 del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía, aprobado por Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, contenida en el artículo 19 del presente Decreto-ley, aclarando criterios y fuentes oficiales a las que remitirse tanto en la solicitud presentada por parte de cualquier Ayuntamiento como a tener en cuenta por el centro directivo competente en materia de comercio interior en su resolución de declaración. Con esta modificación, además de mejorar la redacción, se eliminan trámites como la revisión anual del cumplimiento de los requisitos por parte de las Delegaciones Territoriales y la eliminación de trámites duplicados como es la petición de informes previos a las organizaciones representativas del sector, ya que el expediente se verá finalmente en el seno del Consejo Andaluz de Comercio donde todas tienen representación. También, y como novedad, se introduce el carácter indefinido de la declaración de zona de gran afluencia turística, siempre que se mantengan los requisitos que dieron lugar a tal declaración, eliminando así la tramitación de un nuevo procedimiento de declaración cada cuatro años, y se amplían los periodos de declaración en el caso de periodo estival, que coincide con el turismo vacacional o de playa, que comprenderá desde el 1 de junio al 30 de septiembre y en el caso de Semana Santa, que abarcará desde el Domingo de Ramos al Domingo de Resurrección, ambos incluidos, a fin de adaptarlos a la realidad actual de afluencia de visitantes a nuestros municipios en determinados períodos anuales.

Por todo ello, esta reforma legal tendrá efectos económicos positivos para las empresas, para el empleo y para las personas consumidoras. Asimismo, cabe destacar que esta modificación normativa es progresiva en su aplicación y flexibilizadora en su regulación, con el objetivo de facilitar la adaptación de las empresas del pequeño comercio al nuevo marco normativo del sector.

Desde la Dirección General de Comercio, se han realizado las siguientes actuaciones en el ejercicio 2020:

-Nueva Orden de Bases reguladoras de líneas de ayudas dirigidas a las pymes comerciales y artesanas (BOJA de 11 de mayo de 2020) para adaptarlas a la situación actual en la que se encuentran y que permita dar respuesta a las necesidades actuales de nuestras empresas. Esta Orden contiene las siguientes cuatro modalidades de proyectos empresariales subvencionables:

- a) Modalidad A: dirigida a la modernización digital de las pymes comerciales y artesanas (en esta modalidad también se incluyen las inversiones que tengan que acometer los comercios como consecuencia del COVID19 en materia tecnológica).
- b) Modalidad B: dirigida a proyectos de modernización y actualización de las pymes comerciales y artesanas (en esta modalidad también se incluyen las inversiones que tengan que acometer los comercios como consecuencia del COVID19, tales como mamparas, restructuración de las distancias en la tienda para controlar los aforos, etc.)
- c) Modalidad C: dirigida a proyectos de expansión de las pymes comerciales y artesanas
- d) Modalidad D: dirigida a proyectos de relevo generacional de las pymes comerciales y artesanas.

- Elaboración por parte del grupo de trabajo interno de la Dirección General de Comercio de un primer borrador de la nueva ley de Comercio de Andalucía. Con el mismo se pretende dar respuesta a la realidad del sector comercial en nuestra Comunidad Autónoma, abordando y estructurando los distintos formatos comerciales, tipos de establecimientos y de ventas, al tiempo que se trata de simplificar el ejercicio de la actividad comercial, y eliminar cualquier traba administrativa innecesaria que pueda perjudicar al ejercicio de la actividad. Este proyecto se encuentra pendiente del inicio de su tramitación a 31 de diciembre de 2021.

Esta actuación se ha ejecutado al 100% con medios propios.

Medida 3.1.2: Coordinación y ordenación de la información comercial.

Justificación de la medida: El conocimiento, basado en la suma de la investigación y la información, es un elemento clave para el diseño de las políticas públicas de ordenación y apoyo al sector. Por ello, con esta medida se trata de disponer de una información completa del sector comercial andaluz.

Ficha de la actuación 3.1.2.1.: Elaborar un Boletín Estadístico de Comercio de Andalucía.				
Descripción: Este proyecto pretende disponer de un sistema dinámico de información comercial, capaz de ofrecer datos estadísticos e información coyuntural. Para ello queremos contar con un sistema estructurado de generación de información, principalmente de carácter estructural y estadístico.				
Justificación de la actuación: Cubrir las necesidades básicas de información a través de la recopilación de la información estadística y documental oficial existente que permita realizar un seguimiento de la coyuntura global así como realizar un análisis estructural del sector.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe				
Partidas Presupuestarias		Medios propios	Medios propios	Medios propios
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	IECA, Unidad Estadística de la SGT de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad.			
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de elaboración del sistema estadístico: mayo de 2020. Fecha del primer Boletín: julio de 2020.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención. N.º de variables estudiadas y analizadas en el mismo: 9				

Descripción de resultados: la Dirección General de Comercio, con el apoyo de la Unidad de Estadística de la Consejería y el IECA, ha elaborado en 2020 el número 1 del Boletín Estadístico de Comercio de Andalucía, se ha publicado en julio de 2020, <https://juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Boletin-Comercio-N1.pdf>.

Además, como actividad complementaria a esta actuación, se ha desarrollado una Guía Básica del Usuario, que pretende servir de itinerario a todas aquellas personas que, interesadas en el conocimiento de los datos estadísticos relacionados con el comercio andaluz, no están familiarizadas con la terminología propia de los estudios estadísticos.

https://juntadeandalucia.es/export/drupaljda/actividad_estadistica/19/06/Estad%C3%ADsticas%20de%20Comercio%20Interior.%20Gu%C3%ADa%20b%C3%A1sica.pdf

En la misma línea, se ha sistematizado en mayo de 2020 la información estadística comercial en la web de la Consejería, publicando el Sistema de Información Estadística para el Comercio en Andalucía, como un mecanismo dinámico de divulgación, capaz de ofrecer datos coyunturales sobre el comercio en nuestra Comunidad Autónoma.

<https://juntadeandalucia.es/organismos/transformacioneconomicaindustriaconocimientoyuniversidades/servicios/estadistica-cartografia/actividad/detalle/175391.html>.

Por último, en 2020 se ha estado trabajando en la actualización del Informe sobre la mujer en el comercio en Andalucía, con fecha de publicación del informe actualizado del 02/03/2021.

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiOTBmMjBjZGItdmFmNC00MWEyLTkwY2YtZDZhOTgxYTJkY2EwliwidCI6IjA4MWlyMGE5LWQ3MDktNDk3NC1hY2IzLTg0NzQxYTM2NTQ2OCIsImMiOiJ9&pageName=ReportSection2608813e9c9844af086d>

Por todo lo expuesto anteriormente, esta actuación se ha ejecutado en un 100% en 2020, con medios propios, considerando que no sólo se han llevado a cabo las tareas previstas en el Plan sino las demás comentadas anteriormente.

Medida 3.2.1: Fomento y consolidación del asociacionismo en el sector comercial andaluz.

Justificación de la Medida: El asociacionismo comercial es una herramienta eficaz que permite al comercio minorista detectar oportunidades, buscar soluciones para los problemas comunes, desarrollar acciones conjuntas de promoción y dinamización y, a la vez, constituye un medio único de interlocución que permite mejorar la relación con las Administraciones públicas.

Ficha de la actuación 3.2.1.2.: Ayudas dirigidas a las Confederaciones, Federaciones y Asociaciones de comercio para actuaciones de dinamización comercial.

Descripción: se concederán ayudas para impulsar la actividad de las Confederaciones, Federaciones y Asociaciones de comercio, fortaleciendo y modernizando las ya existentes y promoviendo la constitución de otras nuevas, así como las relaciones de cooperación entre las PYMEs de comercio minorista, como medio de obtener ventajas que repercutan en la mejora de la competitividad del sector del comercio minorista.

Asimismo tiene como objeto apoyar las actuaciones de promoción y dinamización del comercio urbano y de proximidad llevadas a cabo por estos entes de base asociativa en zonas comerciales susceptibles de desarrollar estrategias colectivas.				
Justificación de la actuación: la finalidad de esta actuación es aumentar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas asociadas.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe		2.340.000€ *	2.340.000€ *	2.340.000€ *
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/ 78403/00 01 2001000602	1400010000 G/76A/78403/00 01 2001000602	1400010000 G/76A/78403/00 01 2001000602
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Asociaciones de comercio			
Indicador de realización/fuente de obtención: Nº de subvenciones solicitadas, DGC. En total se han presentado 71 solicitudes: Asociaciones locales: 56 Asociaciones provinciales: 10 Asociaciones regionales: 5				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: Nº de subvenciones concedidas, DGC. Se han concedido en total 39 subvenciones: Asociaciones locales: 28 Asociaciones provinciales: 7 Asociaciones regionales: 4				
Presupuesto ejecutado 2020: 320.568,28 euros (75,42%). Se entiende por importe ejecutado el importe concedido imputable a la anualidad 2020.				

* Los importes consignados en esta actuación son compartidos con las actuaciones 2.1.3.4 y 2.1.6.2. Finalmente el presupuesto conjunto ascendió a 2.500.000 euros.

Descripción de resultados: en el BOJA n.º 155, de 12 de agosto de 2020, se publica la Resolución de 3 de agosto de 2020, la Dirección General de Comercio, por la que se convocan, para el ejercicio 2020, las subvenciones a conceder en régimen de concurrencia competitiva en materia de comercio destinadas a promover las relaciones de cooperación del sector comercial andaluz, así como a impulsar el asociacionismo comercial en todos sus niveles y la creación y consolidación de los centros comerciales abiertos (Modalidad ASC-CCA). Esta convocatoria es de concurrencia competitiva, y tiene el objetivo de impulsar la actividad de las asociaciones de comerciantes a fin de aumentar la competitividad de las pymes que las integran, así como potenciar el comercio urbano particularmente mediante el apoyo y consolidación de los Centros Comerciales Abiertos en la realización de actuaciones que contribuyan a su modernización y revitalización. Está dotada con un importe de 2.500.000 euros, de los que 850.000 euros fueron destinados a esta actuación en 2020.

Estas ayudas se regulan mediante la Orden de 20 de octubre de 2016, publicada en el BOJA núm. 206, de 26 de octubre de 2016, se aprobaron las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva en materia de comercio destinadas a promover las relaciones de cooperación del Sector Comercial Andaluz, así como a impulsar el asociacionismo comercial en todos sus niveles y la creación y consolidación de los Centros Comerciales Abiertos (Modalidad ASC-CCA).

Al amparo de esta modalidad se pueden subvencionar un máximo de tres actuaciones, entre las que se encuentran las relacionadas con un proyecto de modernización de la gestión de la asociación mediante la incorporación de nuevas tecnologías; campañas de promoción de ventas, animación comercial y publicidad; actuaciones que contribuyan a la eficiencia energética y la sostenibilidad; implantación de un sistema común de fidelización de clientes; organización de jornadas, cursos o talleres dirigidos a la mejora o eficiencia de la actividad comercial y la realización de campañas de sensibilización, apoyo e información dirigidas a la implantación de normas de calidad de los servicios del pequeño comercio”.

Cuadro resumen de la convocatoria:

	Solicitudes iniciales de Asociaciones de Comerciantes					
	Locales		Provinciales		Regionales	
	N.º	Importe	N.º	Importe	N.º	Importe
ALMERÍA	5	44.670,30	0	0,00	-	-
CÁDIZ	3	42.266,68	1	22.770,00	-	-
CÓRDOBA	8	145.160,97	1	14.883,00	-	-
GRANADA	9	213.338,98	1	14.990,69	-	-
HUELVA	4	66.353,55	1	36.765,50	-	-
JAÉN	4	88.227,92	1	14.990,69	-	-
MÁLAGA	9	194.107,33	1	32.979,95	-	-
SEVILLA	14	157.716,00	4	70.714,69	-	-
SSCC	-	-	-	-	5	185.457,75
TOTAL	56	951.841,73	10	208.094,52	5	185.457,75

	Concesiones a Asociaciones de Comerciantes					
	Locales		Provinciales		Regionales	
	N.º	Importe	N.º	Importe	N.º	Importe
ALMERÍA	0	0,00	0	0,00	-	-
CÁDIZ	2	36.266,68	1	13.570,00	-	-
CÓRDOBA	3	49.179,04	1	12.300,00	-	-
GRANADA	4	59.624,00	1	14.990,69	-	-
HUELVA	3	60.453,55	1	36.765,50	-	-
JAÉN	4	53.459,00	1	14.990,69	-	-
MÁLAGA	4	67.812,00	0	0,00	-	-
SEVILLA	8	64.300,00	2	35.722,00	-	-

SSCC	-	-	-	-	4	117.742,08
TOTAL	28	391.094,27	7	128.338,88	4	117.742,08

Se han concedido un total de 39 ayudas a Asociaciones de Comerciantes andaluzas, 28 locales, 7 provinciales y 4 regionales por un importe total de 637.175,23 €, de los 850.000 asignados a esta actuación. En la anualidad 2020 se han imputado 320.568,28 euros. Todo ello supone un 100% de ejecución de la actuación y un 75,42 % de ejecución respecto al presupuesto inicialmente previsto para dicha anualidad.

Respecto a la tramitación del Proyecto de Orden, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva destinadas a impulsar el asociacionismo comercial y artesano, a promocionar y dinamizar el pequeño comercio urbano y a promocionar la artesanía en Andalucía, ver actuación 2.1.3.4, al final.

Ficha de la actuación 3.2.1.3: Dinamizar los espacios de encuentro y participación del sector.				
Descripción: Consiste en crear espacios de encuentro con el sector comercial en los que discutir y poner en común los distintos puntos de vista para que las políticas públicas sean el resultado del consenso y la participación.				
Justificación de la actuación: Es necesario llevar a cabo esta actuación para conseguir la mayor eficacia posible de las políticas públicas.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe*	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Partidas Presupuestarias	1400010000 G/76A/23404/00 01	1400010000 G/76A/23404/00 01	1400010000 G/76A/23404/00 01	1400010000 G/76A/23404/00 01
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad), Consejo Andaluz de Comercio.			
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector.			
Indicador de realización/fuente de obtención. N.º total de reuniones mantenidas con el sector, DGC: 76.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de sesiones de las Comisiones del Consejo Andaluz de Comercio, DGC: 6. N.º de sesiones del Pleno del Consejo Andaluz de Comercio*, DGC: 4. N.º de reuniones con las Organizaciones, DGC: 42 con organizaciones y empresas del sector, y 24 con órganos colegiados dependientes de la propia Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, así como de otras Consejerías, Organismos e Instituciones.				
Presupuesto ejecutado 2020**. Indemnizaciones por asistencia a reuniones mantenidas en el primer semestre del año 2020: 4.061,70 €.				

Gasto 2020: 8.664,96 €***

* La previsión reglamentaria es de dos Plenos al año como mínimo, en mayo y noviembre.

** Aunque en el texto del Plan Integral aparece una partida presupuestaria de 30.000 €, ésta es compartida con la Comisión de Artesanía de Andalucía. Por este motivo se ha considerado el 50 % en los cuadros resumen de ejecución de las actuaciones y del presupuesto.

***La cantidad de 8.664,96 € es el gasto correspondiente al año 2020; y 4.061,70 € es lo pagado en dicho año; la diferencia, 4.603,26 €, se pagará en 2021. Del mismo modo, en las cantidades pagadas en 2020 se incluye el gasto correspondiente al segundo semestre de 2019.

Descripción de resultados: la Dirección General de Comercio forma parte de órganos colegiados dependientes de la propia Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades así como de otras Consejerías, Organismos e Instituciones. A lo largo del ejercicio 2020 se han convocado las siguientes sesiones de diferentes órganos colegiados, a las que o bien se ha asistido o bien informado sobre los asuntos a tratar en los mismos delegando el voto en la Presidencia.

ÓRGANO COLEGIADO	ADMINISTRACIÓN/ INSTITUCIÓN	TIPO	AÑO 2020
Conferencias Sectoriales en materia de Comercio Interior	Ministerio de Industria, Comercio y Turismo	Vocal	7 Sesiones
Comisión Autónoma de valoración proyectos IDEA	Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades	Vocal	5 sesiones
Consejo Andaluz de Ordenación del Territorio y Urbanismo	Consejería de Fomento, Infraestructuras y Ordenación del Territorio	Vocal	1 sesión
Pleno Consejo Andaluz de Turismo	Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local	Vocal	4 sesiones
Comisión Permanente Consejo Andaluz del Turismo	Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local	Vocal	1 sesión
Consejo de Dirección	Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades		1 sesión
Consejo de Administración SAE	Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo	Vocal	1 sesión
Comisión de Transparencia	Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades	Vocal	2 sesiones
Comité Seguridad TIC	Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades	Vocal	2 sesiones

El Consejo Andaluz de Comercio: Se regula mediante el Decreto 46/2011 de 1 de marzo, por el que se regula la organización y funcionamiento del mismo, es el órgano consultivo de la Consejería competente en materia de comercio interior, para hacer efectivos los principios constitucionales de participación ciudadana, defensa de los intereses de los consumidores y audiencia de sus organizaciones en la gestión de los intereses públicos que les afecten directamente. Tiene por finalidad el asesoramiento a la Administración de la Junta de Andalucía en materia de comercio, así como servir de cauce para la participación de las distintas organizaciones y entidades relacionadas con el comercio en Andalucía.

Dentro del Consejo se integran de conformidad con lo dispuesto en el artículo 9 del Decreto las siguientes comisiones:

- Planificación Comercial.
- Horarios Comerciales.
- Innovación y Calidad Comercial.
- Ventas Especiales.
- Comercio Ambulante.

La Comisión de Planificación Comercial tendrá como función el estudio y preparación de los asuntos relacionados con la planificación comercial a tratar por el Pleno del Consejo Andaluz de Comercio, en particular, el Plan de Establecimientos Comerciales y los instrumentos que se deriven del mismo.

La Comisión de Horarios Comerciales tendrá como función el estudio y preparación de los asuntos relacionados con los horarios comerciales a tratar por el Pleno del Consejo Andaluz de Comercio, en especial la declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales y el calendario anual por el que se fijan los ocho domingos y festivos, como máximo, en que los comercios podrán permanecer abiertos al público.

La Comisión de Innovación y Calidad Comercial tendrá como función el estudio y preparación de los asuntos relacionados con los planes plurianuales, la innovación, estadística, promoción y calidad a tratar por el Pleno del Consejo Andaluz de Comercio y en especial en la concesión del Certificado de Calidad Municipal del Comercio de Andalucía. Así mismo esta Comisión llevará a el estudio y preparación de las materias relacionadas con la función del Consejo referida al informe de la legislación comercial y medidas de política comercial que no se incardine en materia específica de otra de las Comisiones.

La Comisión de Ventas Especiales tendrá como función el estudio y preparación de los asuntos relacionados con las ventas especiales a tratar por el Pleno del Consejo Andaluz de Comercio, tanto los relacionados con las ventas promocionales como con las ventas fuera de establecimientos comerciales.

La Comisión de Comercio Ambulante tendrá como función el estudio y preparación de los asuntos relacionados con el Comercio Ambulante que deban ser tratados por el Pleno del Consejo Andaluz de Comercio, en particular la normativa autonómica sobre comercio ambulante y de las ordenanzas municipales reguladoras del comercio ambulante, tanto de su aprobación como de sus modificaciones.

En 2020 se han celebrado las siguientes sesiones:

1. Sesiones del Pleno del Consejo Andaluz de Comercio:

- **Sesión extraordinaria de 27/02/2020**, en la que se trataron los siguientes asuntos:

- Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Manilva (Málaga), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales.
- Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Ayamonte (Huelva), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el

que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales.

- Informe de las Ordenanzas Municipales Reguladoras del Comercio Ambulante de los municipios siguientes: Alcaracejos (Córdoba), Peligros (Granada), Huelva y Baeza (Jaén).
- Presentación del Informe de evaluación del Plan de Activación del Comercio Ambulante de Andalucía 2015-2019.

- Sesión ordinaria de 15/05/2020, en la que se trataron los siguientes asuntos:

- Modificaciones en materia de horarios comerciales del Decreto-Ley 2/2020, de 9 de marzo de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía.
- Calendario de domingos y festivos en el que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos al público durante el año 2020 y 2021.
- Informe de Evaluación del VI Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2019.
- Informe actuaciones COVID-19.
- Subvenciones a PYMES comerciales.

- Sesión ordinaria de 12/11/2020, en la que se trataron los siguientes asuntos:

- Solicitudes de permutas de domingos y festivos de apertura autorizada para el año 2021.
- Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Estepona (Málaga), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, modificado por el Decreto- ley 2/2020, de 9 de marzo de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía.
- Informe de las Ordenanzas Municipales Reguladoras del Comercio Ambulante de los municipios siguientes: Olvera (Cádiz), Alcaracejos (Córdoba), Polopos y Santa Fe (Granada), Huelva, Navas de San Juan (Jaén) y Mairena del Alcor (Sevilla).

- Sesión extraordinaria de 17/12/2020, en la que se trataron los siguientes asuntos:

- Solicitudes de permutas de domingos y festivos de apertura autorizada para el año 2021 de los municipios de Alhaurín el Grande, Barbate, Las Gabias, Pulianas y Villacarrillo.
- Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Roquetas de Mar (Almería), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, modificado por el Decreto- ley 2/2020, de 9 de marzo de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía.
- Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Marbella (Málaga), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, modificado por el Decreto- ley 2/2020, de 9 de marzo de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía.

2.- Sesiones de las Comisiones del Consejo Andaluz de Comercio:

2.1- Comisión de Horarios Comerciales:

- **Sesión de 20/02/2020:** en la que se trataron los siguientes asuntos:

- Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Manilva (Málaga), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales.
- Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Ayamonte (Huelva), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales.

- **Sesión de 07/05/2020:** en la que se trataron los siguientes asuntos

- Modificaciones en materia de horarios comerciales del Decreto-Ley 2/2020, de 9 de marzo de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía.
- Calendario de domingos y festivos en el que los establecimientos comerciales podrán permanecer abiertos al público durante el año 2020 y 2021.

- **Sesión de 10/11/2020:** en la que se trataron los siguientes asuntos:

- Solicitudes de permutas de domingos y festivos de apertura autorizada para el año 2021.
- Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Estepona (Málaga), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, modificado por el Decreto- ley 2/2020, de 9 de marzo de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía.

- **Sesión de 11/12/2020:** en la que se trataron los siguientes asuntos:

- Solicitudes de permutas de domingos y festivos de apertura autorizada para el año 2021 de los municipios de Alhaurín el Grande, Barbate, Las Gabias, Pulianas y Villacarrillo.
- Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Roquetas de Mar (Almería), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, modificado por el Decreto- ley 2/2020, de 9 de marzo de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía.
- Declaración de zona de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, del municipio de Marbella (Málaga), de acuerdo con el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, modificado por el Decreto- ley 2/2020, de 9 de marzo de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía.

2.2.- Comisión de Comercio Ambulante:

- **Sesión de 20/02/2020:** en la que se trataron los siguientes asuntos:

- Estudio de las Ordenanzas Municipales Regulatoras del Comercio Ambulante de los municipios Alcaracejos (Córdoba), Peligros (Granada), Huelva y Baeza (Jaén) e Informes

Previos elaborados por el Servicio de Régimen Sancionador, Cámaras de Comercio y Comercio Ambulante.

- Presentación del Informe de evaluación del Plan de Activación del Comercio Ambulante de Andalucía 2015-2019.

- **Sesión de 10/12/2020:** en la que se trataron los siguientes asuntos:

- Estudio las Ordenanzas Municipales Regulatoras del Comercio Ambulante de los municipios de Olvera (Cádiz), Alcaracejos (Córdoba), Polopos y Santa Fe (Granada), Huelva, Navas de San Juan (Jaén) y Mairena del Alcor (Sevilla), así como los Informes Previos elaborados por el Servicio de Régimen Sancionador, Cámaras de Comercio y Comercio Ambulante.

Actuación ejecutada al 100% durante el ejercicio 2020 con un ahorro sobre el presupuesto inicialmente previsto de 6.335 €.

Medida 3.3.2: Acciones dirigidas al fomento de la iniciativa

Justificación de la Medida: Generar capacidades y cualificación profesional tanto en las personas desempleadas como en las personas trabajadoras del sector dirigidas a la generación de empresas y mejora de la competitividad de las existentes en el sector.

Ficha de la actuación 3.3.2.1.: Actuaciones de fomento y capacitación de profesionales del comercio.				
Descripción: Esta actuación tiene por objeto capacitar a tanto a los profesionales del comercio, como a las personas desempleadas para que contribuya a su incorporación al mercado laboral. En la selección de las personas participantes, las mujeres y jóvenes serán el colectivo prioritario.				
Justificación de la actuación: la finalidad de esta actuación es la incorporación de personas desempleadas al mercado laboral en el sector comercial.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	414.960 € *	500.000 €	500.000 €	500.000 €
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281 100.000 €	1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281 100.000 €	1400010000 G/76A/60905/00 01 2019000281 100.000 €
		400.000 € *	400.000 € *	400.000 € *
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad) Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación / Cámaras de Andalucía			

Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector.
Indicador de realización/fuente de obtención: n.º de acciones formativas celebradas, DGC. N.º de jornadas: 50 - Cliente Digital: 7 - Comercio electrónico: 6 - Marketing digital: 29 - Turismo de compras: 1 - Técnicas de venta, experiencias compra: 4 - Jornadas demostrativas (casos de éxito): 3 N.º de acciones formativas:	
Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de personas asistentes a las mismas H/M, DGC. Jornadas: 2.031 beneficiarios, no consta desglose H/M. Acciones formativas:	
Presupuesto ejecutado 2020. 101.721,44 euros.	

Descripción de la actuación: esta actuación se ha ejecutado al 100% en 2020 exclusivamente con presupuesto al cargo del Consejo Andaluz de Cámaras, al no haberse hecho un nuevo Convenio de Colaboración con el Consejo Andaluz de Cámaras por la DGC en ese ejercicio.

Entre los conceptos subvencionables contemplados en la nueva Orden de Bases Reguladora de las ayudas de Asociacionismo, está incluida la formación al sector comercial.

Medida 3.3.3: Impulso de la mejora formativa del sector comercial andaluz.

Justificación de la Medida: Dotar de formación a las personas que trabajan en el sector, de manera que consigan aumentar sus capacidades y cualificación en el desarrollo de su trabajo y por tanto mejorar la atención y satisfacción de las personas consumidoras.

Ficha de la actuación 3.3.3.1.: Colaborar en el análisis de las necesidades formativas en el sector comercial andaluz				
Descripción: se colaborará en la elaboración de un análisis de las necesidades formativas del sector comercial andaluz.				
Justificación de la actuación: la finalidad de esta actuación es la mejora de la empleabilidad de las personas desempleadas y ocupadas y el aumento de la productividad de las empresas del sector.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X		
Importe	Medios propios	Medios propios		
Partidas Presupuestarias				
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y			

	Universidad)
Órgano Colaborador	Secretaría General de Ordenación para la Formación (Dirección General de Formación Profesional para el Empleo)
Indicador de realización/fuente de obtención: Número de grupos contactados/ Grupos de Interés, DGFPE.	
Indicadores de resultado/fuente de obtención: Número de especialidades formativas detectadas/ Grupos de interés, DGFPE.	
Presupuesto ejecutado 2020. Medios propios.	

Descripción de resultados: a partir de esta detección de necesidades que finalizó en 2019, se han licitado las siguientes especialidades formativas en 2020 que están pendientes de adjudicar.

Código	Denominación	CP/PF*	Total Horas	N.º Alum x edic	Ediciones	Total alumnos
COML0109	Tráfico de mercancías por carretera	CP	520	15	8	120
COML0110	Actividades auxiliares de almacén	CP	210	15	6	90
COML0111	Tráfico de viajeros por carretera	CP	450	15	1	15
COML0209	Organización del transporte y la distribución	CP	420	15	13	195
COML0210	Gestión y control del aprovisionamiento	CP	450	15	3	45
COML0211	Gestión comercial y financiera del transporte por carretera	CP	630	15	4	60
COML0309	Organización y gestión de almacenes	CP	390	15	14	210
COMM001PO	Analítica web para medir resultados de marketing	No CP	30	15	8	120
COMM0112	Gestión de marketing y comunicación	CP	810	15	10	150
COMM025PO	Fundamentos del plan de marketing en internet	No CP	30	15	8	120
COMM094PO	Captación de clientes a través de email marketing, uso de mailchimp	No CP	10	15	8	120
COMM096PO	Customer experience strategy	No CP	60	15	8	120
COMM097PO	Diseño de estrategias digitales	No CP	30	15	8	120
COMM101PO	Inbound marketing	No CP	25	15	8	120
COMM103PO	Marketing de automatización	No CP	30	15	8	120
COMM106PO	Modelos de hipercrecimiento en la era digital	No CP	30	15	8	120
COMM108PO	Plan marketing digital	No CP	25	15	8	120
COMM109PO	Product design	No CP	30	15	8	120
COMM113PO	Value proposition design	No CP	30	15	8	120
COMT0110	Atención al cliente, consumidor o usuario	CP	460	15	14	210

Código	Denominación	CP/PF*	Total Horas	N.º Alum x edic	Ediciones	Total alumnos
COMT0210	Gestión administrativa y financiera del comercio internacional	CP	660	15	9	135
COMT0211	Actividades auxiliares de comercio	CP	270	15	4	60
COMT0411	Gestión comercial de ventas	CP	610	15	7	105
COMT09	Psicología aplicada a las ventas	No CP	40	15	4	60
COMT099PO	Tienda virtual: prestashop	No CP	60	15	8	120
COMT104PO	Blog para la comunicación en negocios	No CP	20	15	8	120
COMT117PO	Mobile business strategy	No CP	30	15	8	120
COMV0108	Actividades de venta	CP	590	15	7	105

* CP- Certificado de Profesionalidad, es un título profesional oficial y con validez en todo el territorio. cada CP está regulado mediante Real Decreto. Puede tener convalidación con los títulos académicos de FP.

PF- Programa formativo. Especialidad formativa que no está regulada reglamentariamente, es formación no formal, no tiene la validez y efectos de un CP.

Ambos, CP y PF. están incluidos en el Catálogo de especialidades formativas en el marco del sistema de FPE en el ámbito laboral (Orden TMS 283/2019 de 12 de marzo) Certificado de profesionalidad/Programa formativo

En la siguiente web es posible consultar la oferta existente, dentro de la familia de Comercio y Marketing (COM): las áreas de compraventa (COMT, con 34 especialidades), logística comercial (COML, con 22 especialidades), marketing y relaciones públicas (COMM, con 46 especialidades), publicidad – imagen (COMP, con 1 especialidad) y venta (COMV, con 1 especialidad).

Se facilita la información del número de horas de la formación en la especialidad, el programa formativo/certificado de profesionalidad y los centros acreditados/inscritos, permitiendo filtrar por familia, área, especialidad, provincia y municipio.

<https://especialidadesfpe.ceec.junta-andalucia.es/empleoformacionytrabajoautonomo/oficinavirtualFPE/EspecialidadesFPE/index.jsp>

Estas especialidades formativas se adjudicarán mediante un nuevo sistema, por licitación de los cursos, acogido al régimen de contratación pública, que añade seguridad jurídica, además de una mejora en la competencia a la hora de acceder a los cursos por las entidades, lo que redundará en una mejora de la calidad, aspecto que se ha primado en la resolución de las ofertas. Asimismo, se han incorporado a las licitaciones servicios de apoyo al alumnado, como tutorías, orientación, acompañamiento, visitas a centros de trabajo, ferias o exposiciones vinculados al sector de la acción formativa.

Y junto a estas ventajas en el trámite, se han introducido sistemas de evaluación permanente y se ha instaurado una metodología para detectar las necesidades formativas que integra a todos los agentes económicos y sociales del sistema, con una estructura territorializada constituida por un Equipo de Trabajo de Coordinación de Necesidades Formativas en los servicios centrales de la Consejería, con sus equipos respectivos en cada provincia, y un Grupo de Consultoría Territorial que presta apoyo transversal.

Finalmente esta actuación se ha ejecutado al 100%.

Ficha de la actuación 3.3.3.2: Impulso para la capacitación de los profesionales del comercio andaluz.

Descripción: Se llevarán a cabo acciones de difusión de la oferta formativa de la Secretaría General de Ordenación para la Formación entre el sector comercial andaluz y los desempleados de nuestra Comunidad Autónoma con el fin de que adquieran las habilidades y los conocimientos necesarios para el desempeño de sus puestos de trabajo actuales o futuros.

Justificación de la actuación: Mejora de la empleabilidad de las personas desempleadas y ocupadas y aumento de la productividad de las empresas del sector. No existe un Plan de formación específico de las necesidades del sector.

Prioridad: Media

Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	
Importe		Medios propios	Medios propios	
Partidas Presupuestarias				
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Secretaría General de Ordenación para la Formación (Dirección General de Formación Profesional para el Empleo)			

Indicador de realización/fuente de obtención: Número de acciones de difusión llevadas a cabo por la DGC, DGC.

Indicadores de resultado/fuente de obtención:
Número de acciones formativas ejecutadas, DGFPE: 154 acciones formativas ejecutadas de 15 especialidades distintas de la Familia Profesional de Comercio y Marketing.
Número de alumnos que finalizan con resultado de apto, H/M,DGFPE: 1.652 personas con resultado de apto, 940 mujeres y 712 hombres.

Descripción de resultados: número de alumnos que finalizan en 2020 con resultado de apto por especialidad:

COD.	Especialidad	PARTICIPANTES	APTO MUJERES	APTO HOMBRES
COML0109	Tráfico de mercancías por carretera	74	20	29
COML0110	Actividades auxiliares de almacén	308	57	188
COML0111	Tráfico de viajeros por carretera	15	10	3
COML0209	Organización del transporte y la distribución	121	48	45
COML0210	Gestión y control del aprovisionamiento	102	32	33
COML0211	Gestión comercial y financiera del transporte por carretera	15	5	7
COML0309	Organización y gestión de almacenes	170	56	67
COMM0110	Marketing y compraventa internacional	200	78	47
COMM0112	Gestión de marketing y comunicación	74	40	16
COMT0110	Atención al cliente, consumidor o usuario	138	86	24

COMT0112	Actividades de gestión del pequeño comercio	70	31	14
COMT0210	Gestión administrativa y financiera del comercio internacional	234	118	50
COMT0211	Actividades auxiliares de comercio	507	264	140
COMT0411	Gestión comercial de ventas	105	37	18
COMV0108	Actividades de venta	143	58	31
Total		2276	940	712

Actuación ejecutada al 100% con medios propios.

Medida 3.4.1: Apoyo a la transmisión empresarial.

Justificación de la Medida: Asegurar la continuidad de empresas comerciales en funcionamiento que están en riesgo de desaparecer por problemas distintos a los económicos (p.ej. falta de relevo generacional, cambio de orientación profesional, problemas de salud, cambio de domicilio, etc.) lo que contribuye a paliar la pérdida de capital económico y puestos de trabajo.

Ficha de la actuación 3.4.1.2.: Ayudas a la transmisión empresarial				
Descripción: Se convocarán ayudas para subvencionar los proyectos de relevo generacional para actuaciones tales como: desarrollo de protocolos familiares, planes de relevo para personas trabajadoras de la empresa o terceras personas que se hagan cargo del traspaso del negocio y para la formación de las personas relevistas.				
Justificación de la actuación: Fomentar la continuidad y la supervivencia de las empresas del comercio minorista.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	
Importe		50.000 €	50.000 €	
Partidas Presupuestarias		1400170000 G/76A/77400/00 A1341001Y2 2016000555	1400170000 G/76A/ 77400/00 A12210082Y2 2016000555	
Órgano responsable		Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)		
Órgano Colaborador		Organizaciones representativas del sector		
Indicador de realización/fuente de obtención: N.º de subvenciones solicitadas, DGC. En 2020 se han presentado 8 solicitudes.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de subvenciones concedidas, DGC. En 2020 hay una resolución de concesión.				
Presupuesto ejecutado 2020: la concesión ha sido por 7.900 euros imputable tanto a la anualidad 2020 como a la anualidad 2021 (3.950 euros por anualidad).				

Se entiende por importe ejecutado el importe concedido imputable a la anualidad 2020.

Descripción de resultados: La información relativa a las bases reguladoras, es la misma que la de la actuación 1.1.4.2 Ayudas para la implantación de las distintas herramientas en las PYMES comerciales andaluzas.

El plazo de solicitud empezó el 2 de julio de 2020 y finaliza el 30 de septiembre de 2021. Dado que aún está abierta, no hay datos definitivos de ejecución de esta actuación.

Respecto al fin y contenido subvencional, en la Modalidad D de estas subvenciones se establece:

d) Modalidad D. Proyectos de relevo generacional de las pymes comerciales y artesanas, entendiéndose por tales aquellos que tienen por objeto planificar los procesos de relevo con la finalidad de contribuir a dar continuidad a pequeñas empresas comerciales o artesanas que de otro modo se verían abocadas al cierre, debido a la jubilación, incapacidad permanente, fallecimiento del titular u otra causa sobrevenida. La continuidad de la empresa puede llevarse a cabo dentro del entorno familiar de las personas titulares, por las personas trabajadoras de empresa o, incluso por terceras personas interesadas en continuar con el negocio.

Serán subvencionables las siguientes actuaciones:

a) Desarrollo del protocolo familiar que contemple las condiciones para garantizar el relevo generacional de la empresa. Se consideran empresas familiares aquellas en las que la propiedad pertenece total o parcialmente a un grupo de personas que son parientes consanguíneos o afines entre sí.

El contenido del protocolo familiar podrá ser flexible y adaptado a las particularidades y características concretas de cada empresa, con el contenido mínimo detallado en el Anexo II. Los protocolos familiares tendrán que ser, al menos, elevados a escritura pública ante notario y quedará a discrecionalidad de la empresa la posible inscripción en el Registro Mercantil. Además del desarrollo del protocolo familiar, la empresa podrá acometer la capacitación de las personas relevistas.

b) Plan de relevo para las personas trabajadoras de la empresa o terceras personas que se hagan cargo del traspaso del negocio. Tiene como finalidad la preparación y planificación del proceso de relevo empresarial a personas trabajadoras de la empresa que no tengan una relación familiar con su titular o titulares o a potenciales compradores, en aquellos casos en que no se prevé una sucesión generacional en la organización, a través de la elaboración de un plan de relevo. El contenido mínimo del plan de relevo es el establecido en el Anexo II. Dicho plan concluirá con la elevación del mismo a escritura pública ante notario. Además del plan de relevo, la empresa podrá acometer la capacitación de las personas relevistas.

Los proyectos de modalidad D podrán ser subvencionados hasta el 100% de los gastos asumidos por la empresa para la elaboración del protocolo familiar o el plan de relevo. En el caso de los gastos de capacitación de las personas relevistas el máximo subvencionable será el 50% del precio de la acción de capacitación. La subvención máxima a percibir dependerá del tamaño de la empresa estableciéndose los siguientes límites: empresas de menos de 10 personas trabajadoras: 6.000 € de subvención; empresas entre 10 y 49 personas trabajadoras: 8.000 € de subvención; empresas de 50 personas trabajadoras o más: 10.000 € de subvención.

<https://juntadeandalucia.es/organismos/transformacioneconomicaindustriaconocimientoyuniversidades/servicios/procedimientos/detalle/20277/datos-basicos.html>

Resumen de la convocatoria:

Crédito disponible para la convocatoria	
2020	250.000,00 €
2021	250.000,00 €
TOTAL	500.000,00 €

	N.º de solicitudes	Importes solicitados €
Almería	-	-
Cádiz	1	5.529,00
Córdoba	-	-
Granada	3	23.000,00
Huelva	1	7.912,62
Jaén	-	-
Málaga	-	-
Sevilla	3	39.750,00
Total	8	76.191,62

Tal y como se ha expuesto, esta convocatoria ha tenido un incremento de 400.000€ sobre lo inicialmente previsto en el Plan, está aún abierta, y se está tramitando, por lo que los datos son aún provisionales. En 2020 se han presentado un total de 8 solicitudes de las que se ha concedido 1 en 2020 por un importe de 7.900 €, imputándose 3.950 euros al ejercicio 2020. Todo ello supone una ejecución de la actuación de un 100% ya que durante el 2020 se han elaborado, tramitado y publicado las bases reguladoras, así como su convocatoria y resolución parcial, un 15,80% de ejecución sobre el presupuesto inicialmente previsto y un 1,58 % sobre el crédito disponible asignado finalmente a la convocatoria para 2020, 250.000€.

Medida 3.5.1: Poner en valor el comercio andaluz.

Justificación de la Medida: Que la ciudadanía en general y las personas consumidoras en particular conozcan la importancia en la economía del pequeño y mediano comercio, fomentar un consumo socialmente responsable entre los residentes andaluces y en las personas que nos visitan, y poner en valor el comercio tradicional de la Comunidad.

Ficha de la actuación 3.5.1.1.: Premios Andalucía del Comercio Interior				
Descripción: Se trata de otorgar un reconocimiento público a quienes destaquen por su labor a favor del comercio interior en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Se premia a los proyectos innovadores en el sector de la distribución comercial, que contribuyen de forma positiva al reconocimiento de las empresas en su labor de desarrollo comercial y modernización empresarial, a los Ayuntamientos, en sus actuaciones de renovación urbana, a las Asociaciones promotoras e impulsoras de Centros Comerciales Abiertos, y a las trabajadoras y trabajadores con trayectoria profesional en el sector.				
Justificación de la actuación: la finalidad es poner en valor y reconocer públicamente a quienes destacan en el ámbito comercial de Andalucía.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
	X	X	X	X
Importe	18.000,00 €	18.000,00 €	18.000,00 €	18.000,00 €
Partidas Presupuestarias	1400010000 G/76A/22606/ 00 01	1400010000 G/76A/22606/ 00 01	1400010000 G/76A/22606/ 00 01	1400010000 G/76A/22606/ 00 01
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidad)			
Órgano Colaborador	Federación Andaluza de Municipios y Provincias/ Organizaciones representativas del sector/ Consejo Andaluz de Cámaras Oficiales de Comercio, Industriales, Servicios y Navegación / Cámaras Andaluzas			
Indicador de realización/fuente de obtención: Convocatorias anuales de los Premios, DGC. Convocatoria 2020.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de candidaturas presentadas H/M, DGC. 13 candidaturas presentadas. N.º de candidaturas premiadas H/M, DGC. 6 candidaturas premiadas.				
Presupuesto ejecutado 2020. 8.996,35 €. (Importe total del contrato conjunto para los premios de Artesanía y Comercio = 17.992,70 €)				

Descripción de resultados: Los Premios Andalucía del Comercio Interior tienen como objeto reconocer a quienes destaquen por su labor a favor del comercio de Andalucía.

La Dirección General de Comercio, a través de la organización de estos premios, pretende contribuir al reconocimiento de las empresas en su labor de desarrollo comercial y modernización empresarial, así como la creación y mantenimiento de puestos de trabajo de los Ayuntamientos por sus actuaciones de renovación urbana comercial del centro de las ciudades, de las Asociaciones Comerciales promotoras e impulsoras de Centros.

Estos premios se regulan en la Orden de 26 de diciembre de 2017, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de los "Premios Andalucía del Comercio Interior".

En 2020 se ha llevado a cabo la convocatoria y tramitación de la VI Edición de los "Premios Andalucía del Comercio Interior" y ha contado con los siguientes hitos:

- 20/07/2020: Publicación en BOJA (n.º 138) de la [Resolución de 13 de julio de 2020](#), de la Dirección General de Comercio, por la que se convoca la VI Edición de los Premios Andalucía del Comercio Interior.
- 09/11/2020: Reunión del Jurado.
- 16/11/2020: Publicación en BOJA (n.º 221) de la Resolución de 9 de noviembre de 2020, de la Dirección General de Comercio, por la que se hace público el fallo del jurado calificador de la VI Edición de los Premios Andalucía del Comercio Interior.
- 20/11/2020: Celebración Acto de Entrega de los Premios. La ceremonia de entrega de los VI Premios Andalucía del Comercio Interior se desarrolló en Sevilla, de modo telemático, dadas las circunstancias consecuencia de la pandemia de la covid19.
<https://www.youtube.com/watch?v=pOaUQtDRWyA>

Las candidaturas presentadas y premiadas en esta VI edición, son las siguientes (en negrita la premiada):

- Modalidad Ayuntamiento casco histórico:
 - **Ayuntamiento de Cabra**
- Modalidad Ayuntamiento comercio ambulante:
 - **Ayuntamiento de Priego de Córdoba.**
 - Ayuntamiento de Linares.
 - Ayuntamiento de San Fernando.
 - Ayuntamiento de Chipiona.
- Modalidad Empresa comercial hasta 10 trabajadores:
 - **Patricia Durán Castro.**
 - New Europe, S.L.
- Modalidad Empresa comercial más de 10 trabajadores:
 - **Foronda y Balbuena, S.A.**
 - Scalpers Fashion S.L.
 - Nueva Dietética S.L.
 - Decoración Vintage S.L.
- Modalidad Centros Comerciales Abiertos:
 - **El Puerto de Santa María.**
- Modalidad Persona Trabajadora:
 - **José Valentín Sánchez Franco.**

- **Mención Especial del Jurado:** a las empresas y personas trabajadoras del sector de la distribución alimentaria de Andalucía por la labor realizada durante vigencia del Estado de Alarma declarado por el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo.

Esta actuación se ha realizado al 100% en el ejercicio 2020 con un ahorro de 9.003,65€ sobre el presupuesto inicialmente previsto debido a la adaptación del acto por las circunstancias de la pandemia.

Ficha de la actuación 3.5.1.2.: Organización de Congresos sobre el Comercio Interior en Andalucía.				
Descripción: El objetivo de este Congreso es analizar la situación del modelo comercial andaluz e identificar los elementos claves en el futuro desarrollo del sector y su potencial para generar riqueza en nuestra Comunidad Autónoma, de manera que contribuya a la sostenibilidad y competitividad económica de Andalucía.				
Justificación de la actuación: Poner en común los estudios, las experiencias y las expectativas de los distintos expertos en la materia comercial para contribuir a mejorar el futuro del sector.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X		X
Importe		18.000,00 €		18.000,00 €
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/22606/00 01		1400010000 G/76A/ 22606/00 01
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector			
Indicador de realización/fuente de obtención: N.º de congresos celebrados				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de personas asistentes H/M				
Presupuesto ejecutado 2020:				

Descripción de los resultados: esta actuación no presenta ejecución en 2020 debido a las restricciones de movilidad y a los límites de aforo establecidos por las autoridades sanitarias para controlar la pandemia. La ejecución prevista para 2020 pasa a 2021, de hecho ya está tramitando el contrato para la celebración del mismo en el segundo semestre de 2021.

Ficha de la actuación 3.5.1.3.: Campaña de sensibilización sobre el Comercio andaluz.
Descripción: Se elaborará una campaña publicitaria a favor del comercio en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
Justificación de la actuación: la finalidad es poner en valor y reconocer al comercio andaluz.

Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe			18.000, 00 €	
Partidas Presupuestarias		Medios propios	1400010000 G/76A/22602/00 01	Medios propios
Órgano responsable	Dirección General de Comercio (Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad)			
Órgano Colaborador	Organizaciones representativas del sector / Federación Andaluza de Municipios y Provincias			
Indicador de realización/fuente de obtención: Fecha de elaboración de la campaña, DGC: mayo, junio y diciembre de 2020.				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: Nº de acciones de difusión, DGC. N.º de impactos de la campaña, DGC.				

Descripción de resultados:

1. Campaña de publicidad en Mayo/Junio: “El comercio vuelve, dale vida”

TWITTER

Publicaciones con el vídeo: 7
Impacto: 47.041
Reproducciones del vídeo: 11.300
Interacciones: 1175

Enlaces a publicaciones:

11 mayo - <https://twitter.com/EconomiaAnd/status/1259843345234432001>
13 mayo - <https://twitter.com/EconomiaAnd/status/1260641711312769024>
16 mayo - <https://twitter.com/EconomiaAnd/status/1261547680934723585>
28 mayo - <https://twitter.com/EconomiaAnd/status/1265986932477063169>
18 junio - <https://twitter.com/EconomiaAnd/status/1273547500855705601>
20 junio - <https://twitter.com/EconomiaAnd/status/1274332926289645568>
22 junio - <https://twitter.com/EconomiaAnd/status/1275158365182799872>

FACEBOOK

Publicaciones con el vídeo: 1
Impacto: 3.521
Reproducciones del vídeo: 1.128
Interacciones: 87

Enlace a publicación:

11 mayo - <https://www.facebook.com/EconomiaAND/videos/852250425254140>

2. Campaña de publicidad en Navidad:

Esta campaña se lanzó en los medios líderes de audiencia tanto a nivel regional como en cada una de las 8 provincias, además tuvo presencia en prensa (tanto papel como digital), radio, televisión y redes sociales. El presupuesto de la campaña ascendió a 480.000 €.

Con formatos espectaculares generó en medios convencionales en el periodo navideño y durante al menos 15 días:

- Más de 25 millones de impactos publicitarios.
- Se emitieron más de 400 cuñas de radio en las 3 emisoras líderes en audiencia en Andalucía (Ser, Cope, Onda Cero) y con apoyo en emisoras líderes de radio fórmula (Kiss FM, C100, Europa FM, etc.).
- 20 menciones de presentadores de las 3 emisoras de radio convencional.
- Más de 1.000 spots de tv en emisoras locales (7TV, y líderes locales en Huelva, Málaga y Córdoba)
- Casi 2 millones de visualizaciones del spot en emisoras digitales de tv (Europa Press y El Desmarque TV)
- 7,3 millones de impresiones en prensa digital líder en Andalucía (ABC, Ideal, El Confidencial, El Español, Grupo Joly, La Voz de Almería, Diario Jaén, Diario de Córdoba, etc.)
- 15 inserciones en prensa papel en Vocento, Grupo Joly, La Razón y Córdoba.

En redes sociales estuvo presente en los principales medios (Youtube, Facebook, Twitter e Instagram), con un volumen de:

- Más de 10 millones de impactos publicitarios.
- 1,9 millones de visualizaciones del spot.
- Más de 50.000 clicks

Con todo ello, se entró en contacto con una inmensa mayoría de andaluces a los que se invitó a consumir en el comercio de proximidad.

Finalmente esta actuación se ha ejecutado al 100% y desde el punto de vista presupuestario ha tenido un incremento de 462.000 € sobre los inicialmente previstos.

Medida 3.5.2: Promoción del Turismo de Compras.

Justificación de la Medida: Andalucía es, indudablemente, uno de los líderes mundiales en turismo, tal y como afirman los principales indicadores de volumen referidos a viajeros, pernoctaciones o gasto, aunque en la actualidad existen una serie de retos unidos al modelo de desarrollo de nuestra industria turística. Por ello, se va a llevar a cabo un análisis de la normativa tanto en materia de Municipios Turísticos como de Zonas de Gran Afluencia Turísticas a efectos de horarios comerciales que derivará en las modificaciones normativas necesarias que permitan adecuar la demanda a la oferta comercial en aquellos municipios en los que su población se incrementa de forma considerable durante determinados periodos al año.

Por otra parte, e íntimamente relacionado con lo anterior, las compras tienen un importante potencial para contribuir al incremento de la competitividad de nuestros comercios y mejorar la calidad y mayor diversificación de sus productos. Un adecuado fomento de las compras como actividad turística genera, por un lado, una mayor diversificación motivacional, geográfica y temporal de la demanda y, por otro, aumenta significativamente el gasto en destino por viajero y pernoctación.

Ficha de la actuación 3.5.2.1: Mejora y simplificación de la normativa comercial y de turismo que adecúe la oferta a la demanda comercial en los Municipios con una importante afluencia turística.				
Descripción: Se llevará a cabo un análisis de la normativa tanto en materia de Municipios Turísticos como de Zonas de Gran Afluencia Turísticas a efectos de horarios comerciales que derivará en las modificaciones normativas necesarias que permitan adecuar la demanda a la oferta comercial en aquellos municipios en los que su población se incrementa de forma considerable durante determinados periodos al año.				
Justificación de la actuación: Adaptar la oferta comercial al igual que el resto de los servicios públicos afectados por el incremento de población en la localidad a las necesidades de la misma.				
Prioridad: Alta				
Plazo de Ejecución (Anualidad)	2019	2020	2021	2022
		X	X	X
Importe		Medios Propios	Medios Propios	Medios Propios
Partidas Presupuestarias				
Órgano responsable	Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad / Dirección General de Innovación, Calidad Y Fomento del Turismo (Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local).			
Órgano Colaborador	Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad / Dirección General de Innovación, Calidad Y Fomento del Turismo (Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local).			
Indicador de realización/fuente de obtención: n.º de normas modificadas. 2				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: n.º de procedimientos modificados. 2				

Descripción de resultados: el Decreto-Ley 2/2020, de 9 de marzo, de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva en Andalucía ha modificado:

- el Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía, esta modificación ajusta de forma adecuada y correcta la regulación de declaración de zonas de gran afluencia turística a efectos comerciales a lo dispuesto en la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales, tras su última modificación a través de la Ley 18/2014, de 15 de octubre, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, adaptando la oferta, en función del

creciente número de visitantes y de la industria turística de nuestra Comunidad, pues la promoción del turismo exige que la Administración autonómica ofrezca un marco lo menos restrictivo posible para sus comercios, especialmente en el comercio minorista de bienes de primera necesidad, tales como comidas, bebidas y demás productos de uso diario. Todo ello, a fin de que puedan abrir sus establecimientos y atender a la mayor demanda que conlleva la enorme afluencia de visitantes en determinadas épocas del año.

- el Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales, adaptando la regulación de los criterios y trámites del procedimiento para la declaración a la modificación del artículo 20 del Texto Refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía, aprobado por Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo, aclarando criterios y fuentes oficiales a las que remitirse tanto en la solicitud presentada por parte de cualquier Ayuntamiento como a tener en cuenta por el centro directivo competente en materia de comercio interior en su resolución de declaración. Esta modificación, elimina trámites innecesarios como la revisión anual del cumplimiento de los requisitos por parte de las Delegaciones Territoriales, y otros trámites duplicados como era la petición de informes previos a las organizaciones representativas del sector, ya que el expediente se verá finalmente en el seno del Consejo Andaluz de Comercio donde todas tienen representación. También, introduce el carácter indefinido de la declaración de zona de gran afluencia turística, siempre que se mantengan los requisitos que dieron lugar a tal declaración, eliminando así la tramitación de un nuevo procedimiento de declaración cada cuatro años, y se amplían los periodos de declaración en el caso de periodo estival, que coincide con el turismo vacacional o de playa, que comprenderá desde el 1 de junio al 30 de septiembre y en el caso de Semana Santa, que abarcará desde el Domingo de Ramos al Domingo de Resurrección, ambos incluidos, a fin de adaptarlos a la realidad actual de afluencia de visitantes a nuestros municipios en determinados períodos anuales.

Esta actuación se ha ejecutado al 100% en el año 2020, con medios propios.

Ficha de la 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.				
Descripción: Se identificarán las rutas urbanas de compras por su ubicación cercana a los centros históricos y culturales y la especialidad de sus productos. Además se desarrollarán acciones de marketing turístico encaminadas a impactar tanto en los intermediarios y creadores de producto turístico, como en las personas consumidoras finales. Asimismo se realizarán actuaciones de promoción tanto en los mercados objetivos como en la propia Andalucía, permitiendo a intermediarios y medios de comunicación conocer in situ la oferta andaluza en esta materia, con el objetivo de mejorar el posicionamiento de este segmento en el portfolio de productos turísticos andaluces.				
Justificación de la actuación: Fomentar que la población turista que visita nuestras localidades tenga conocimiento de las rutas de compras urbanas de los municipios que visitan, incrementando así la competitividad de nuestros comercios.				
Prioridad: Media				
Plazo de Ejecución	2019	2020	2021	2022

(Anualidad)		X	X	X
Importe		10.000 €	Medios Propios	Medios Propios
Partidas Presupuestarias		1400010000 G/76A/60905/00 01 1999000916		
Órgano responsable	Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad / Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A.			
Órgano Colaborador	Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad / Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A.			
Indicador de realización/fuente de obtención: N.º de rutas de compra identificadas, Consejería de Turismo				
Indicadores de resultado/fuente de obtención: N.º de acciones de difusión realizadas, Consejería de Turismo				
Presupuesto ejecutado 2020:				

Descripción de resultados: Se pone de manifiesto que la situación provocada por la pandemia de la Covid19, y las medidas adoptadas para contenerla, han incidido especialmente en el sector turístico, provocando durante la mayor parte del año 2020 una paralización casi completa de la actividad sector. Así, en una situación de inactividad turística, con los mercados nacionales e internacionales bloqueados, y con las empresas del sector en suspensión de actividad, no han concurrido las circunstancias adecuadas para iniciar la ejecución de esta medida.

3. RESUMEN DE LA EJECUCIÓN DEL VI PIFCIA EN 2020.

- Ejecución de la actuación/ejecución presupuestaria.

Se ha considerado, a los efectos de este informe, diferenciar entre la ejecución de la actividad propia de la actuación por una parte, y la ejecución del presupuesto previsto por otra. Esto supone que una actuación puede estar ejecutada en su totalidad, y sin embargo la información de la ejecución del presupuesto que tenga asignado sea o bien provisional, o que no exista necesariamente proporcionalidad entre la ejecución de la actuación y la presupuestaria. En este sentido, se usan de forma diferenciada los términos ejecución de la actuación y ejecución del presupuesto. Del mismo modo, también puede ocurrir que la actuación se haya ejecutado en su totalidad con un presupuesto inferior al inicialmente previsto, en cuyo caso, se debería entender que en términos de eficiencia económica la actuación se ha desarrollado al 100%.

En aquellos casos en los que la ejecución de la actuación no tiene atribuido un valor inicial por el órgano responsable ni asociado un objetivo cuantificable así como las realizadas con medios propios, se ha considerado que la ejecución es del 100 % en caso de haberse obtenido un valor distinto de cero en los indicadores de realización y resultado.

Respecto a la ejecución presupuestaria, se plantea la disyuntiva entre tomar el presupuesto previsto en el VI Plan o el finalmente asignado: para la tabla 3.2, se opera sobre el finalmente asignado.

En los casos en que el presupuesto es compartido entre varias actuaciones, actuaciones 2.1.1.1, 2.1.4.1, 2.1.5.3 y 2.1.6.1, y actuaciones 2.1.3.4, 2.1.6.2 y 3.2.1.2, se plantea la cuestión del reparto del citado presupuesto compartido entre las actuaciones, presupuesto que además es distinto al previsto en el VI Plan. Esto afecta a los valores de ejecución de la actuación, ejecución del presupuesto de la ejecución, y a la tabla de ejecución del presupuesto por aplicaciones.

- Respecto a las actuaciones con presupuesto conjunto 2.1.3.4, 2.1.6.2 y 3.2.1.2, tenían asignado en el VI Plan como tal presupuesto conjunto para la anualidad 2020, 2.340.000 euros. Como se indica al pie de la actuación 2.1.3.4, este presupuesto conjunto finalmente ascendió a 2.500.000 euros:

- 1.650.000 euros fueron asignados a la actuación 2.1.3.4 (de los que se han ejecutado 1.216.009,09 euros, un 73,70 %)
- 850.000 euros fueron asignados a la actuación 3.2.1.2 (ejecutados 637.175,23 euros, un 74,96 %).
- No se asigna presupuesto alguno a la actuación 2.1.6.2, que ha quedado sin ejecutar.
- Del presupuesto conjunto final, se han ejecutado 1.853.184,32 euros, un 74,13 %.

- Respecto a las actuaciones con presupuesto conjunto 2.1.1.1, 2.1.4.1, 2.1.5.3 y 2.1.6.1, en el VI Plan no tenían prevista ejecución en 2019, y para la anualidad 2020 tenían asignado, como tal presupuesto conjunto, 1.000.000 euros. Sólo la actuación 2.1.6.1 ha tenido ejecución en 2020. Como se indica en la descripción de la actuación 2.1.6.1, el presupuesto para la convocatoria en que se sustancia la actuación finalmente ascendió a 2.560.000 euros, de los que 1.400.785,78 se ejecutaron en 2019 y 537.830,25 en 2020.

- Provisionalidad de la información:

Tanto la ejecución de determinadas actuaciones como, sobre todo, la ejecución presupuestaria pueden sufrir retrasos y/o estar sujetas a comprobaciones en un momento posterior. En los casos concretos en los que ocurre esta circunstancia se incluye la información teniendo en cuenta que son datos provisionales, principalmente desde el punto de vista de la ejecución presupuestaria y las posteriores fases de fiscalización y, en el caso de actuaciones financiadas con fondos europeos, a la correspondiente fase de verificación.

- Cálculo de Totales por OE/Totales todos los OE:

En los cuadros resumen 3.1 y 3.2, para calcular los porcentajes de ejecución de la actuación y de ejecución presupuestaria de cada uno de los objetivos estratégicos o del conjunto de estos se ha hallado la media de los porcentajes; es decir, no se ha considerado un mayor peso relativo de unos u otros por conllevar mayor actividad y/o presupuesto.

3.1 Cuadro resumen del estado de ejecución de las actuaciones.

OE1 Fomentar la innovación y la implantación de las nuevas tecnologías en el comercio andaluz.	Ejecución de la actuación			
	Sin iniciar	En ejecución	Finalizada	%
1.1.1.2.: Elaboración y puesta en marcha de una Plataforma online de Simplificación de Trámites.			X	100
1.1.1.3.: Difusión de la Plataforma de Simplificación de Trámites.			X	100
1.1.1.4.: Jornadas para el fomento de la administración electrónica en el sector comercial minorista.		X		85
1.1.2.2.: Diseño e implementación de un sistema de información y una aplicación para dispositivos móviles (APP) que integre la oferta comercial andaluza y favorezca la comunicación con el sector comercial en Andalucía.			X	100
1.1.2.3.: Difusión de la aplicación para dispositivos móviles (APP).			X	100
1.1.2.4.: Acciones de captación y capacitación del sector comercial para el uso de la aplicación para dispositivos móviles (APP).			X	100
1.1.3.2.: Realización de un foro para el fomento de la colaboración intersectorial.			X	100
1.1.3.3.: Adaptación del modelo de madurez digital al sector comercial.		X		95
1.1.4.1.: Asesoramiento y acompañamiento a PYMEs del sector comercial en la transformación digital de su negocio.	X			0
1.1.4.2.: Ayudas para la implantación de las distintas herramientas en las PYMEs comerciales andaluzas.		X		100
1.1.4.3.: Itinerarios formativos en TICs. Sensibilización y formación en transformación digital para el sector comercio.			X	100
1.2.1.2.: Asesoramiento especializado dirigido a la implantación de prácticas y procesos innovadores en el sector comercial andaluz.			X	100
1.2.2.1.: Concurso de Proyectos comerciales innovadores.	X			0
Totales OE1	2	3	8	83,07
OE2 Potenciar una ordenación comercial racional y equilibrada.	Ejecución de la actuación			
	Sin iniciar	En ejecución	Finalizada	%
2.1.1.1.: Fomento de la adecuación de los espacios urbanos comerciales.	X			0
2.1.2.1.: Subvenciones dirigidas a PYMEs comerciales para la adquisición de equipamientos comerciales y dirigidas a su expansión		X ¹		100

1. Convocatoria todavía en ejecución.

mediante la apertura de un segundo punto de venta.				
2.1.3.1.: Modernización del modelo de Centros Comerciales Abiertos o figura análoga mediante la modificación de su normativa regulatoria.		X		80
2.1.3.4: Fomento de los Centros Comerciales Abiertos o figura análoga.			X	100
2.1.3.5.: Realización de Jornadas de análisis y evaluación de los Centros Comerciales Abiertos o figura análoga de Andalucía.	X			0
2.1.4.1.: Ayudas dirigidas a los Ayuntamientos para la promoción de los mercados municipales de abastos.	X			0
2.1.4.2.: Programa de inicio a la digitalización de los mercados de abastos.			X	10,73
2.1.4.3.: Programa avanzado de digitalización de los Mercados de Abastos.			X	23
2.1.5.3.: Fomento para la implantación de los Planes Estratégicos de Comercio Municipales.	X			0
2.1.5.4.: Impulso para la creación de Consejos Municipales de Comercio.	X			0
2.1.6.1: Ayudas a los Ayuntamientos para la mejora y modernización de las infraestructuras dedicadas al desarrollo del Comercio Ambulante en los municipios.			X	100
2.1.6.2.: Ayudas dirigidas a las Confederaciones, Federaciones y Asociaciones de comercio ambulante.			X	100
2.1.6.3.: Impulso para la adaptación de las Ordenanzas Municipales a la normativa autonómica.	X			0
2.1.6.4. Actualización permanente del censo de mercadillos en Andalucía.	X			0
2.1.6.5.: Jornadas de capacitación en la gestión del comercio ambulante	X			0
2.2.1.3: Difundir entre las empresas comerciales las distintas actuaciones de fomento para la mejora energética del sector comercial andaluz.	X			0
2.3.1.1.: Elaboración de un estudio específico de la oferta y la demanda comercial en las zonas rurales.			X	100
2.3.2.1.: Puesta en marcha de una mesa de trabajo de impulso del comercio rural.			X	100
2.4.1.1: Creación de una mesa de trabajo "Por el Comercio Seguro" .			X	100
2.4.1.4.: Formación en materia de inspección comercial.	X			0
2.4.1.5.: Actuaciones de coordinación en materia de inspección comercial.			X	100
Totales OE2	10	2	9	43,51

OE3 Promover la mejora de la competitividad y el emprendimiento en el comercio andaluz.	Ejecución de la actuación			
	Sin iniciar	En ejecución	Finalizada	%
3.1.1.1: Elaborar un mapa de procedimientos administrativos autonómicos y locales que afectan al sector comercial.			X	100
3.1.1.2: Modificación normativa dirigida a la simplificación de procedimientos.			X	100
3.1.2.1: Elaborar un Boletín Estadístico de Comercio de Andalucía.			X	100
3.2.1.2: Ayudas dirigidas a las Confederaciones, Federaciones y Asociaciones de comercio para actuaciones de dinamización comercial.			X	100
3.2.1.3: Dinamizar los espacios de encuentro y participación del sector.			X	100
3.3.2.1: Actuaciones de fomento y capacitación de profesionales del comercio.			X	100
3.3.3.1.: Colaborar en el análisis de las necesidades formativas en el sector comercial andaluz			X	100
3.3.3.2: Impulso para la capacitación de los profesionales del comercio andaluz.			X	100
3.4.1.2: Ayudas a la transmisión empresarial		X		100
3.5.1.1: Premios Andalucía del Comercio Interior			X	100
3.5.1.2: Organización de Congresos sobre el Comercio Interior en Andalucía.	X			0
3.5.1.3: Campaña de sensibilización sobre el Comercio andaluz.			X	100
3.5.2.1: Mejora y simplificación de la normativa comercial y de turismo que adecúe la oferta a la demanda comercial en los Municipios con una importante afluencia turística.			X	100
3.5.2.2: Actuaciones de promoción que impulsen el comercio y los productos locales de Andalucía como destino de compra en otros países.	No info.			No info.
Totales OE3	1	1	11	92,30
TOTALES TODOS LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	14	5	28	72,96

3.2 Cuadro resumen del estado de ejecución del presupuesto.

En el Programa Presupuestario 76.A “ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN COMERCIAL”, CAPÍTULO 1, la cifra de 4.563.257,62 € refleja una estimación del coste de las actuaciones previstas en el Plan con la denominación “Medios Propios”, es decir, aquellas actuaciones que van a ser desempeñadas por el personal de la Dirección General de Comercio y los Servicios de Comercio de las Delegaciones Territoriales. El coste estimado para el año 2020 se realiza con base en los datos proporcionados por la SGT de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades para los puestos de la Dirección General de Comercio y para los respectivos Servicios en las DD.TT. De esta cifra se han ejecutado finalmente los **4.563.257,62 €, el 100%**.

El presupuesto de las actuaciones 3.2.1.3 (30.000,00 €) y 3.5.1.1 (18.000 €), es común con la Comisión de Artesanía y los Premios de Artesanía respectivamente, por lo que la ejecución presupuestaria se ha calculado sobre el 50 % del presupuesto previsto.

En las actuaciones 2.1.1.1, 2.1.4.1, 2.1.5.3 y 2.1.6.1, con presupuesto compartido, aunque la cifra conste en todos los casos como prevista, para hallar los totales es sumada una sola vez; y en las actuaciones 2.1.3.4, 2.1.6.2 y 3.2.1.2, también con presupuesto compartido y además incrementado, en la 2.1.3.4 y 3.2.1.2 se ha transcrito el asignado respectivamente, y en la 2.1.6.2, se ha transcrito el compartido inicial, pero no se ha sumado para hallar el total.

Las actuaciones con medios propios no han sido tenidas en cuenta para calcular la media de la ejecución presupuestaria.

OE1 Fomentar la innovación y la implantación de las nuevas tecnologías en el comercio andaluz.	Ejecución presupuestaria 2020		
	Previsto € (salvo asignación)	Ejecutado	
		Cuantía	%
1.1.1.2.: Elaboración y puesta en marcha de una Plataforma online de Simplificación de Trámites.	6.482,25	62.506,73	100
1.1.1.3.: Difusión de la Plataforma de Simplificación de Trámites.	39.425,43	35.190,84	89,26²
1.1.1.4.: Jornadas para el fomento de la administración electrónica en el sector comercial minorista.	2.500,00	0	0
1.1.2.2.: Diseño e implementación de un sistema de información y una aplicación para dispositivos móviles (APP) que integre la oferta comercial andaluza y favorezca la comunicación con el sector comercial en Andalucía.	15.881,25	76.001,31	100
1.1.2.3.: Difusión de la aplicación para dispositivos móviles (APP).	27.178,91	27.178,91	100
1.1.2.4.: Acciones de captación y capacitación del sector comercial para el uso de la aplicación para dispositivos móviles (APP).	24.684,00	24.684,00	100

² Ahorro del 10,74%.

1.1.3.2.: Realización de un foro para el fomento de la colaboración intersectorial.	18.000,00	14.958,86	83,10
1.1.3.3.: Adaptación del modelo de madurez digital al sector comercial	40.000,00	38.000	95
1.1.4.1.: Asesoramiento y acompañamiento a PYMEs del sector comercial en la transformación digital de su negocio.	168.000,00	0	0
1.1.4.2.: Ayudas para la implantación de las distintas herramientas en las PYMEs comerciales andaluzas.	1.551.857,00	230.147,70	14,83
1.1.4.3.: Itinerarios formativos en TICs. Sensibilización y formación en transformación digital para el sector comercio.	20.000,00	40.168,47	100%³
1.2.1.2.: Asesoramiento especializado dirigido a la implantación de prácticas y procesos innovadores en el sector comercial andaluz.	150.000,00	0	0
1.2.2.1.: Concurso de Proyectos comerciales innovadores.	Medios propios	No aplica	No aplica
Totales OE1	2.064.008,84€	548.836,82€	26,59
OE2 Potenciar una ordenación comercial racional y equilibrada.	Ejecución presupuestaria 2020		
	Previsto (salvo asignación)	Ejecutado	
		Cuantía	%
2.1.1.1.: Fomento de la adecuación de los espacios urbanos comerciales.	1.000.000,00⁴	0	0
2.1.2.1.: Subvenciones dirigidas a PYMEs comerciales para la adquisición de equipamientos comerciales y dirigidas a su expansión mediante la apertura de un segundo punto de venta.	3.883.103,00⁵	907.651,25	23,37
2.1.3.1.: Modernización del modelo de Centros Comerciales Abiertos o figura análoga mediante la modificación de su normativa regulatoria.	Medios propios	No aplica	No aplica
2.1.3.4.: Fomento de los Centros Comerciales Abiertos o figura análoga.	825.000⁶	611.858,35	74,16
2.1.3.5.: Realización de Jornadas de análisis y evaluación de los Centros Comerciales Abiertos o figura análoga de Andalucía.	18.000,00	0	0
2.1.4.1.: Ayudas dirigidas a los Ayuntamientos para la promoción de los mercados municipales de abastos.	1.000.000 Nota al pie 4	0	0
2.1.4.2.: Programa de inicio a la digitalización de los mercados de abastos.	155.000,00	0	0
2.1.4.3.: Programa avanzado de digitalización de los Mercados de Abastos.	185.000,00	0	0

3. Se ha dedicado un 200,87% del presupuesto inicialmente previsto para esta actuación.

4. Importe compartido entre las actuaciones 2.1.1.1, 2.1.4.1, 2.1.5.3 y 2.1.6.1.

5 Importe total de la convocatoria 6.219.551,00€.

6 Importe total convocatoria 1.650.000€

2.1.5.3.: Fomento para la implantación de los Planes Estratégicos de Comercio Municipales.	1.000.000 Nota al pie 4	0	0
2.1.5.4.: Impulso para la creación de Consejos Municipales de Comercio.	Medios propios	No aplica	No aplica
2.1.6.1.: Ayudas a los Ayuntamientos para la mejora y modernización de las infraestructuras dedicadas al desarrollo del Comercio Ambulante en los municipios.	640.000,00⁷ Nota al pie 4	537.830,25	84,04
2.1.6.2.: Ayudas dirigidas a las Confederaciones, Federaciones y Asociaciones de comercio ambulante.	2.340.000,00⁸	0	0
2.1.6.3.: Impulso para la adaptación de las Ordenanzas Municipales a la normativa autonómica.	5.000,00	0	0
2.1.6.4. Actualización permanente del censo de mercadillos en Andalucía.	Medios propios	No aplica	No aplica
2.1.6.5.: Jornadas de capacitación en la gestión del comercio ambulante	Medios propios	No aplica	No aplica
2.2.1.3: Difundir entre las empresas comerciales las distintas actuaciones de fomento para la mejora energética del sector comercial andaluz.	Medios propios	No aplica	No aplica
2.3.1.1.: Elaboración de un estudio específico de la oferta y la demanda comercial en las zonas rurales.	Medios propios	No aplica	No aplica
2.3.2.1.: Puesta en marcha de una mesa de trabajo de impulso del comercio rural.	Medios propios	No aplica	No aplica
2.4.1.1: Creación de una mesa de trabajo "Por el Comercio Seguro"	Medios propios	No aplica	No aplica
2.4.1.4.: Formación en materia de inspección comercial.	Medios propios	No aplica	No aplica
2.4.1.5.: Actuaciones de coordinación en materia de inspección comercial.	Medios propios	No aplica	No aplica
Totales OE2	9.051.103 €	2.057.339,85 €	22,73
OE3 Promover la mejora de la competitividad y el emprendimiento en el comercio andaluz.	Ejecución presupuestaria 2020		
	Previsto (salvo asignación)	Ejecutado	
		Cuantía	%
3.1.1.1: Elaborar un mapa de procedimientos administrativos autonómicos y locales que afectan al sector comercial.	Medios propios	No aplica	No aplica
3.1.1.2: Modificación normativa dirigida a la simplificación de procedimientos.	Medios propios	No aplica	No aplica
3.1.2.1: Elaborar un Boletín Estadístico de Comercio de Andalucía.	Medios propios	No aplica	No aplica

7. Importe total de la convocatoria 2.560.000 euros, de los cuales 640.000 euros se imputan a la anualidad 2020, el 25% de la convocatoria.

8. Importe compartido con las actuaciones 2.1.3.4 y 3.2.1.2. Esta actuación 2.1.6.2 no ha tenido asignación.

3.2.1.2: Ayudas dirigidas a las Confederaciones, Federaciones y Asociaciones de comercio para actuaciones de dinamización comercial.	425.000,00⁹	320.568,28	75,42
3.2.1.3: Dinamizar los espacios de encuentro y participación del sector.	15.000,00*	8.664,96	57,77
3.3.2.1: Actuaciones de fomento y capacitación de profesionales del comercio.	500.000	101.721,44	20,34
3.3.3.1.: Colaborar en el análisis de las necesidades formativas en el sector comercial andaluz	Medios propios	No aplica	No aplica
3.3.3.2: Impulso para la capacitación de los profesionales del comercio andaluz.	Medios propios	No aplica	No aplica
3.4.1.2: Ayudas a la transmisión empresarial	250.000,00	3.950,00	1,58
3.5.1.1: Premios Andalucía del Comercio Interior	9.000,00	8.996,35	99,96
3.5.1.2: Organización de Congresos sobre el Comercio Interior en Andalucía.	18.000,00	0	0
3.5.1.3: Campaña de sensibilización sobre el Comercio andaluz.	Medios propios	480.000¹⁰	100%
3.5.2.1: Mejora y simplificación de la normativa comercial y de turismo que adecúe la oferta a la demanda comercial en los Municipios con una importante afluencia turística.	Medios propios	No aplica	No aplica
3.5.2.2: Actuaciones de promoción que impulsen el comercio y los productos locales de Andalucía como destino de compra en otros países.	10.000,00	0	0
Totales OE3	1.227.000€	923.901,03 €	75,29
TOTAL EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DE TODOS LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 2020	12.342.111,84 €	3.530.077,7 €	28,60

9. Importe total convocatoria para esta línea de actuaciones 850.000€, 425.000€ para 2020.

10. La campaña de Junio se realizó con medios propios y la de Navidad contó con un presupuesto de 480.000 € que no estaban inicialmente contemplados en el presupuesto del Plan.

4. CONCLUSIONES.

1. A lo largo del 2020 se han mantenido **76 reuniones con el sector del comercio andaluz** y con los distintos agentes económicos y sociales, a fin de discutir y establecer los distintos puntos de vista. De éstas 42 han sido con las distintas organizaciones representativas, 24 con órganos colegiados de la Administración andaluza, distintos Organismos e Instituciones y **10 en el seno del Consejo Andaluz de Comercio.**

2. Se han **concedido 368 subvenciones** para distintas actuaciones relacionadas con el comercio andaluz y cuyo desglose es el siguiente:

-**78 subvenciones para la implantación de las distintas herramientas tecnológicas** en las Pymes comerciales andaluzas, 51 a personas físicas (14 M y 37 H) y 27 a personas jurídicas por un importe total de 377.853,35 € de los que **230.147,70€ se han imputado a la anualidad 2020.**

-**157 ayudas** a Pymes comerciales andaluzas **para la adquisición de equipamientos comerciales (125) y dirigidas a su expansión mediante la apertura de un segundo punto de venta (32)**, 100 a personas físicas, (61 M y 39 H) y 57 a personas jurídicas. El importe total asciende a 1.635.663,99 €, de los que **907.651,25€ se han imputado a la anualidad 2020.**

-**25 subvenciones** a las asociaciones **promotoras de Centros Comerciales Abiertos** o figura análoga para realizar actuaciones de dinamización y promoción del comercio minorista por un importe de total de 890.018,11 €, de los que **611.858,35€ se han imputado a la anualidad 2020.**

-**39 subvenciones a Confederaciones, Federaciones y Asociaciones** de comercio para actuaciones de dinamización comercial, de las que 28 son locales, 7 provinciales y 4 regionales, por un importe total de 637.175,23 € de los que **320.568,28€ se han imputado a la anualidad 2020.**

-**68 subvenciones a los Ayuntamientos** andaluces para la mejora y modernización de las infraestructuras dedicadas al Comercio Ambulante por un importe total de 1.938.616,03 €, de los que **537.830,25 € se han imputado a la anualidad 2020.**

-**1 ayuda a la transmisión empresarial** por importe de 7.900 €, de los que **3.950€ se han imputado a la anualidad 2020.**

3. Se han diseñado y puesto en marcha de **4 campañas de comunicación:**

- Una para **la difusión de la Plataforma de Simplificación de Trámites**, que se ha concretado en 4 campañas de Google Display Network, 4 campañas en Redes Sociales, 1 campaña de branded content, y 1 campaña de radio. Con más de 5 millones de impactos en total.

- Otra para difundir la **APP ACÁ** con 8 acciones que corresponden a 3 campañas de Redes Sociales, 1 web de difusión, 3 eventos virtuales webinars y 1 campaña de radio. En el conjunto de todas las campañas se han conseguido más de 8,3 millones de impactos.

- Y **dos campañas de sensibilización sobre el Comercio Andaluz**, una entre mayo y junio con más de 50.000 impactos y otra en diciembre con más de 25 millones de impactos publicitarios.

4. Se han llevado a cabo las siguientes acciones de capacitación del sector:

-Una actuación de **capacitación telefónica a los comerciantes** que se han adherido a la APP ACÁ apoyada con email-marketing. Se han realizado **más de 4.000 llamadas telefónicas** y se han atendido otras 3.000, y que se han enviado **más de 5.000 correos electrónicos**.

-**1.300 personas comerciantes** se han formado con el Programa “Transformación Digital del Comercio Minorista” , 300 en **un webinar** sobre la Digitalización como Oportunidad para las Empresas en el sector comercio a fin de difundir los resultados de los estudios y conclusiones del proyecto y 1.000 a través de WhatsApp learning, 35 acciones de sensibilización (35 píldoras formativas).

-**1.652 personas** han sido formadas en las distintas acciones formativas puestas en marcha por la Dirección General de Formación Profesional para el Empleo, de la Familia profesional de Comercio y Marketing, de las que 940 son mujeres y 712 hombres.

5. Se han realizado **122 diagnósticos individualizados** a pequeños comercios mediante un análisis sistematizado del establecimiento comercial con la finalidad de proporcionar al comerciante una serie de recomendaciones de carácter estratégico, innovadoras y digitales, **para la optimización de la gestión de su establecimiento**.

6. A lo largo del 2020 se han mantenido **cuatro reuniones de coordinación en materia de inspección comercial**:

- 3 con el órgano sectorial de Consumo;
- 1 en el Ministerio sobre actuaciones relativas a la Comercialización Ilegal de la Madera.

7. En 2020 se ha celebrado la **VI Edición de los Premios Andalucía de Comercio Interior**. La ceremonia de entrega de los Premios se desarrolló vía streaming y contó con la participación del Consejero de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, Rogelio Velasco Pérez.

8. Se ha puesto en marcha **la Plataforma de Simplificación de Trámites** que proporciona y facilita la realización de todos los trámites identificados para los empresarios del sector comercial independientemente de la administración pública responsable de su gestión.

9. Se ha puesto en marcha **la APP ACÁ**, una aplicación para dispositivos móviles que integra la oferta comercial andaluza y favorece la comunicación con el sector comercial en Andalucía (aca.comercioandaluz.es).

10. Se ha adaptado la Herramienta del **Modelo de madurez digital al sector comercial andaluz** y está disponible en el portal **“Andalucía Conectada”**.

11. Se han realizado los análisis y búsquedas preliminares de información, así como los pliegos para la ejecución de un contrato acerca del **estudio específico de la oferta y la demanda comercial** en las zonas rurales, pendientes de fiscalización previa en este momento.

12. Se ha puesto en marcha **una Mesa de Trabajo de Impulso del Comercio Rural**, con un total de 25 integrantes, (13 M y 12H). En 2020 se ha celebrado una reunión de este grupo de trabajo.

13. Se ha creado **una Mesa de Trabajo Por el Comercio Seguro**, con un total de 15 integrantes, (7 M y 8H). En 2020 se ha celebrado 3 reuniones de este grupo de trabajo, en el que se han adoptado 21 propuestas y actuaciones para ejecutar.

14. Se ha elaborado **un mapa de procedimientos administrativos autonómicos y locales** que afectan al desempeño y realización de la actividad comercial en Andalucía.

15. Se ha **modificado la normativa**, simplificando 3 procedimientos administrativos y suprimiendo uno, todos ellos relacionados con las declaraciones de zonas de Gran Afluencia Turística, a efectos de horarios comerciales.

16. Se ha puesto en marcha el **Boletín Estadístico de Andalucía y un Sistema de Información Estadística** para el Comercio en Andalucía.

17. Desde la **Dirección General de Formación Profesional** para el Empleo de la Secretaría General de Ordenación para la Formación, una vez detectadas las necesidades formativas del sector comercial andaluz, en 2020 **se han licitado 28 especialidades formativas** que, a diciembre de 2020 estaban pendientes de adjudicar.

18. En 2020 se ha comenzado la **tramitación de unas nuevas bases reguladoras dirigidas a los ayuntamientos**, para promoción y fomento de la adecuación de espacios comerciales, mercados de abastos, CCA y comercio ambulante.

19. Se han realizado las siguientes actuaciones **para dar respuesta tanto a las necesidades de los comerciantes y sus empleados, como a la ciudadanía** desde que se decretó el Estado de Alarma:

-Se han atendido **más de 1.000 consultas** desde la entrada en vigor del Estado de Alarma elevadas por los propios comerciantes, Asociaciones representativas del sector y Ayuntamientos.

-Se han mantenido un total de **7 Conferencias Sectoriales en materia de Comercio** junto con el Ministerio y el resto de CCAA.

-Se ha colaborado con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y con el resto de las Comunidades Autónomas, la Federación Española de Municipios y Provincias y las entidades representativas del sector en la elaboración del **PROTOCOLO Y GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DIRIGIDAS A LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN ESTABLECIMIENTO FÍSICO Y NO SEDENTARIO**.

- Se ha participado en coordinación con la Consejería de Salud y Familias en **las distintas órdenes dictadas por la Comunidad Autónoma de Andalucía** para adoptar las medidas preventivas de salud pública como consecuencia de la situación y evolución del coronavirus (COVID-19).

-En Junio de 2020 se puso en marcha el **Sello Andalucía Segura Comercio**.

-Se ha trabajado en la elaboración del texto del **Decreto-ley 1/2021, de 12 de enero**, por el que se establecen medidas urgentes para el mantenimiento de la actividad de los sectores del comercio minorista y de la hostelería y agencias de viajes y se modifican varios decretos-leyes dictados como consecuencia de la situación ocasionada por el coronavirus (COVID-19). Ha habido un total de **53.796 solicitudes de ayudas**.

20. A modo de síntesis, el **grado de ejecución** de las 48 actuaciones previstas en el VI PIFCIA para el año 2020 ha sido de un **72,96%** a pesar del año tan difícil y en el que la Dirección General ha tenido que ir tomando decisiones sobre la marcha para dar respuestas a las necesidades concretas y reales del sector en cada momento de la pandemia. Todo ello con los mismos **medios personales**, que han ejecutado tanto las actuaciones previstas en el Plan como las sobrevenidas al 100% (**4.563.257,62 €**), si bien es cierto que, desde el punto de vista de la ejecución presupuestaria, el reflejo es menor, **3.530.077,70 €**, lo que supone un **28,60%** de lo inicialmente previsto.

ANEXO: ACTUACIONES NO CONTEMPLADAS EN EL VI PLAN Y REALIZADAS EN 2020 POR LA PANDEMIA DE LA COVID19.

Desde que se decretó el Estado de Alarma por el Gobierno de la nación para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, desde la Dirección General de Comercio se ha trabajado intensamente a favor del sector comercial de Andalucía para dar respuesta tanto a las necesidades de los comerciantes y sus empleados, como a la ciudadanía a fin de garantizar la suficiencia del abastecimiento de bienes y productos de primera necesidad, a través de regulaciones dirigidas al propio sector insertas en las diferentes órdenes de la Consejería de Salud y Familias, siendo las siguientes:

Introducción

La pandemia ha supuesto, por una parte, la verificación de la utilidad de las nuevas tecnologías y, por otra, la confirmación de la necesidad de la introducción o profundización en la adaptación del sector comercial a las mismas.

Por un lado, permite llegar a los clientes, ya existentes o potenciales, sin restricciones de tiempo y lugar hasta el punto de completar el proceso de venta; y por otro, supone el riesgo cierto de pérdida de las opciones de competir en igualdad de condiciones con aquellos que avanzan en este terreno, perdiendo ventas hasta el extremo de quedar obsoleto.

La pandemia ha supuesto una revolución en el uso de las nuevas tecnologías, tanto para los comerciantes como para los clientes. Por un lado, la normativa ha previsto aún en los momentos más críticos que los servicios de entrega a domicilio estén excepcionados tanto de la suspensión de la apertura (nivel de alerta sanitaria 4 grado 2) como de la limitación horaria (para el nivel 3); y por otro, los comerciantes han podido comprobar como el comercio electrónico permite continuar la actividad comercial, aún en los casos citados de suspensión de la apertura.

Estas actuaciones no han sido tenidas en cuenta a la hora de calcular la ejecución del Plan, por no estar contempladas en el mismo.

1. Habilitación de un Buzón de Consultas e Información Comercial en materia COVID-19.

El 19 de marzo de 2020 se puso en marcha un buzón de consultas comercioinformacioncovid19.ceceu@juntadeandalucia.es para responder cualquier duda o consulta en materia de comercio sobre la normativa que se aplicó durante el estado de alarma decretado por el Gobierno central el pasado 14 de marzo a causa de la crisis sanitaria del COVID-19. A fecha de 31 de diciembre de 2020 había atendido 444 consultas elevadas por los propios comerciantes, Asociaciones representativas del sector y Ayuntamientos.

Del mismo modo, y en coordinación con el Servicio de Atención al Ciudadano de la Consejería se han atendido las respuestas elevadas por la ciudadanía en general y por el propio sector comercial. En total, podemos decir que se han atendido unas 1.000 consultas. Semanalmente, se actualiza la Guía de Preguntas y respuestas atendidas en el Buzón y se publican en la página web de la Consejería.

2. Coordinación con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

A lo largo del ejercicio 2020 y tras la declaración del Estado de Alarma se han mantenido un total de 7 Conferencias Sectoriales en materia de Comercio junto con el Ministerio y el resto de CCAA.

Del mismo modo, en colaboración con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, el resto de las Comunidades Autónomas, la Federación Española de Municipios y Provincias y entidades representativas del sector se elaboró el PROTOCOLO Y GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS DIRIGIDAS A LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN ESTABLECIMIENTO FÍSICO Y NO SEDENTARIO de fecha 26 de mayo, que se concibe como un marco general y amplio, consensado y acordado con el sector y los principales sindicatos, que podrá ser completado con las decisiones y protocolos que adopten y se acuerden en las empresas, en el marco del derecho de la participación de los órganos de representación de los trabajadores, a través de los delegados de prevención y los comités de seguridad salud.

En esta Guía se han tenido en cuenta además las diferentes instrucciones y recomendaciones elaboradas por el Ministerio de Sanidad.

3. Colaboración con la Consejería de Salud y Familias en la elaboración de las diferentes normas de desescalada durante el Estado de Alarma que afectaban al sector del comercio.

Desde la declaración del Estado de Alarma, desde la Consejería de Salud y Familias en coordinación con este centro directivo, al igual que con el resto de las direcciones generales de las demás Consejerías, se adoptaron las siguientes medidas que afectaban directamente al sector comercial de nuestra región:

- Orden de 14 de marzo de 2020, por la que se adoptan medidas preventivas de salud pública en la Comunidad Autónoma de Andalucía como consecuencia de la situación y evolución del coronavirus (COVID-19), en su Dispongo Segundo: “Segundo. Medidas preventivas en el ámbito de la actividad comercial.
- Orden de 19 de junio de 2020, por la que se adoptan medidas preventivas de salud pública en la Comunidad Autónoma de Andalucía para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el coronavirus (COVID-19), una vez superado el estado de alarma, en su Capítulo XI referido a Medidas relativas al comercio.
- Orden de 25 de junio de 2020, por la que se modifica la Orden de 19 de junio de 2020 por la que se adoptan medidas preventivas de salud pública en la Comunidad Autónoma de Andalucía para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el coronavirus (COVID-19), una vez superado el estado de alarma, en su Dispongo Quinto: “Quinto. Modificación del apartado trigésimo quinto de la Orden de 19 de junio de 2020.
- Orden de 29 de octubre de 2020, por la que se establecen los niveles de alerta sanitaria y se adoptan medidas temporales y excepcionales por razón de salud pública en Andalucía, para la contención de la COVID-19, y sus modificaciones.
- Orden de 8 de noviembre de 2020, por la que se modulan los niveles de alerta 3 y 4 como consecuencia de la situación crítica epidemiológica derivada del COVID-19 en la Comunidad Autónoma de Andalucía, y sus modificaciones.

En este vínculo se acceder a la normativa consolidada dictada en Andalucía con motivo de la pandemia de la covid19:

<https://juntadeandalucia.es/servicios/normativa/covid-19.html>

4. Medidas extraordinarias de apoyo a los sectores más perjudicados por la crisis.

-Decreto Ley 18/2020, de 30 de junio, por el que, con carácter extraordinario y urgente, se establecen diversas medidas ante la situación generada por el coronavirus (Covid-19).

Tras la finalización del confinamiento determinado mediante el decreto del estado de alarma por parte del Gobierno de España, la crisis sanitaria se mantiene y sus efectos socioeconómicos comienzan a ser más evidentes, y se hace necesario de continuar adoptando con urgencia medidas excepcionales que contribuyan a aminorar las graves consecuencias de la pandemia y a impulsar, cuanto antes, la reactivación de nuestro tejido económico y social.

Este Decreto-ley 18/2020 recoge algunas de esas medidas extraordinarias con las se quiere apoyar a algunos de los sectores más perjudicados por la crisis, auspiciando su recuperación, entre ellos el comercio y el turismo.

En este contexto, y a fin de aportar seguridad jurídica tanto a los Ayuntamientos como al propio sector comercial, se precisa modificar con carácter de urgencia la regulación de las Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGAT), concretamente lo que respecta a la revisión anual de su vigencia, un aspecto que se incluye en la Disposición transitoria del decimocuarta Decreto-ley 2/2020, de 9 de marzo, de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva en Andalucía.

La catalogación de ZGAT permite a los establecimientos comerciales ubicados en un municipio o un área determinada que ostente dicha condición, disponer de plena libertad para designar los días y los horarios de apertura durante un periodo determinado. De acuerdo con los cambios introducidos, las renovaciones de esa declaración que tengan que realizarse en 2021 se llevarán a cabo tomando como referencia los datos de afluencia turística del año 2019, anteriores a la declaración de la pandemia del COVID-19, y no los de 2020.

De esa forma se garantiza la continuidad de esas ZGAT, ya que si se relacionaran con la estadística de este año, en el que el turismo está siendo uno de los sectores más castigados por la incidencia negativa del coronavirus y donde las cifras registran un notable descenso de visitantes, previsiblemente no cumplirían los requisitos mínimos establecidos en la normativa para mantener la vigencia de esa condición.

Teniendo en cuenta que la previsión es que para 2021, una vez podamos superar los efectos de esta crisis, las cifras de visitantes se recuperen y sean similares a las anteriores a la coyuntura actual, se hace necesario mantener la vigencia de este instrumento diseñado para dar una adecuada respuesta comercial y de servicios al incremento de población que el turismo supone para la comunidad andaluza, en determinados periodos del año.

Además, la continuidad de las ZGAT tendrá efectos económicos positivos para las empresas del sector comercial andaluz, que experimentarán un incremento de su actividad para adaptarse a la mayor demanda de consumidores que se produce durante la época estival en esos ámbitos. Y también para el empleo, ya que el aumento de días de apertura de comercios en el periodo acotado por la declaración va a requerir de la necesaria contratación de personas.

Por otro lado, con este Decreto-ley también se introduce otra novedad, al determinar que durante el periodo estival de 2020, que comprende los meses de junio a septiembre, los establecimientos comerciales minoristas situados en los municipios declarados como turísticos podrán permanecer abiertos durante todos los domingos y festivos.

Debido al incremento de población que dichos municipios experimentan en determinadas fechas, con esta medida pretendemos favorecer, además, la gestión adecuada de los espacios y servicios comerciales, dentro de los límites exigidos para garantizar la seguridad sanitaria, evitando aglomeraciones que puedan generar rebrotes entre consumidores y comerciantes.

5. Ayudas para mobiliario para prevención.

En la Orden de 7 de mayo de 2020, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones destinadas a la modernización y mejora de la competitividad y a promover el relevo generacional de las PYMES comerciales y artesanas de Andalucía, publicada en el BOJA de 11 de mayo, se han incluido en la redacción final como conceptos subvencionables elementos destinados a la prevención de la propagación del COVID 19, tales como mamparas protectoras, dispensadores de turnos o sistemas de conteos de personas, barreras portátiles, dispensadores de productos antisépticos, equipos de protección individual para las personas trabajadoras y otros elementos necesarios para tal fin.

6. Sello Andalucía Segura Comercio.

En el mes de junio de 2020 se elaboró e impulsó la puesta en marcha del distintivo “Andalucía Segura Comercio”, que diferencia a todas las empresas comerciales andaluzas que aseguren de manera responsable el cumplimiento de una serie de medidas conforme a las recomendaciones de seguridad para la prevención y protección de la salud. El objetivo es devolver la confianza a nuestros profesionales y consumidores, proporcionando seguridad a la experiencia de compra de sus clientes. Debemos evitar riesgos de contagio y establecer procedimientos preventivos y más seguros para el desarrollo de la actividad comercial.

A través de la Oficina Virtual de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades se tiene acceso al trámite, mediante la cumplimentación de una Declaración responsable para la obtención del Sello “Andalucía Segura” en el ámbito comercial. El Servicio de Informática de la Consejería ha desarrollado la herramienta “Tramitador de Andalucía Segura Comercio” para facilitar la tramitación de las solicitudes presentadas por las personas interesadas, de la que se encarga el personal de la Inspección Comercial de los Servicios de Comercio de las Delegaciones Territoriales de la Consejería.

A continuación, se hacen constar los datos provisionales de los que disponemos (a 17 de diciembre de 2020):

Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020
14	10	10	11	0	7	25	25	102

7. Decreto de Ayudas para el sector del Comercio Minorista.

Aunque la actuación se desarrollará en este año 2021, en 2020 se ha trabajado en la elaboración de estas bases reguladoras: en el BOJA de 12 de enero de 2021, se ha publicado el Decreto-ley 1/2021, de 12 de enero, por el que se establecen medidas urgentes para el mantenimiento de la actividad de los sectores del comercio minorista y de la hostelería y agencias de viajes y se modifican varios decretos-leyes dictados como consecuencia de la situación ocasionada por el coronavirus (COVID-19). Este Decreto-ley 1/2021, incluye una Línea 1. Medida urgente para el mantenimiento de la actividad del sector económico del comercio minorista, dotada con 26.400.000 €. Estas ayudas a las pymes comerciales minoristas afectadas por el impacto económico negativo provocado en su actividad por la crisis sanitaria y las medidas acordadas para paliarla o que cumplan los requisitos previstos, con la finalidad de contribuir a mantener estos sectores afectados por el impacto económico que ha generado la pandemia provocada por el COVID-19 y las medidas de contención adoptadas para contenerla.

Este Decreto-ley 1/2021 ha sido modificado por el Decreto-ley 5/2021, de 30 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes en el ámbito económico como consecuencia de la situación ocasionada

por el coronavirus (COVID-19), para el sector de las agencias de viajes, para la reactivación de actos culturales promovidos por Agrupaciones, Consejos, Federaciones, Uniones u otras entidades de análoga naturaleza que integren hermandades y cofradías de Andalucía en 2021, para el mantenimiento de la actividad de los sectores del comercio minorista y de la hostelería, y se modifican otras disposiciones (Boja extraordinario n.º 27, de 31 de marzo de 2021). Entre otros aspectos, incrementa el montante individual de las ayudas previstas hasta los 3.000 euros por pyme, hasta un total de 79.200.000 € como medida urgente para el mantenimiento de la actividad del sector económico del comercio minorista.

Estas ayudas para el mantenimiento de la actividad de los sectores del comercio minorista y de la hostelería como consecuencia de la situación ocasionada por el coronavirus (Covid-19): tiene por objeto aprobar como medidas extraordinarias dos líneas de subvenciones para determinadas pymes de los sectores del comercio minorista y de la hostelería, con el objeto de paliar los efectos del impacto económico negativo que la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 y las medidas acordadas para contener la propagación de la pandemia han provocado en su actividad, con el fin de ayudar a sostener la continuidad de su empresa o negocio, evitando el cese definitivo del mismo y, por tanto, la destrucción de empleo. Las dos líneas de subvenciones son las siguientes:

- a) Línea 1. Medida urgente para el mantenimiento de la actividad del sector económico del comercio minorista. Esta línea incluye las pymes comerciales y las pymes artesanas inscritas en el Registro de Artesanos de Andalucía.
- b) Línea 2. Medida urgente para el mantenimiento de la actividad del sector económico de la hostelería. Esta línea 2 dirigida al sector económico de la hostelería, incluyen los establecimientos de restauración.

El importe de la subvención se podrá destinar a sufragar gastos englobados en alguna de las siguientes categorías de gastos de capital circulante o de explotación:

- a) Materias primas y otros inputs para manufacturas.
- b) Existencias.
- c) Alquileres.
- d) Suministros tales como agua, electricidad, telefonía y gas.
- e) Gastos de personal, incluyendo tanto gastos salariales como de Seguridad Social.
- f) Seguros de daños y Responsabilidad Civil.
- g) Limpieza.
- h) Mantenimiento y reparación de vehículos afectos a la actividad.
- i) Seguridad.
- j) Asesoría fiscal, laboral y contable.
- k) Medidas protectoras y equipamiento necesario como respuesta efectiva a la crisis de salud pública provocada por el COVID, tales como equipos de protección, mamparas y pruebas COVID.

Los gastos subvencionables habrán de haberse realizado en el periodo comprendido entre el 14 de marzo de 2020 y el 14 de marzo de 2021, ambos inclusive. A estos efectos se entenderá como gasto realizado únicamente el gasto que ha sido efectivamente pagado en dicho periodo.