

PROGRAMA 1: MEJORA DE LA EFICIENCIA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES	
DIAGNÓSTICO	OBJETIVO GENERAL
Menores niveles de eficiencia de las pymes comerciales andaluzas	1. Mejorar la eficiencia productiva de las pymes comerciales andaluzas
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>MEDIDAS</b>
<b>LÍNEAS DE ACTUACIÓN</b>	
1.1.1. Posibilitar acceso a servicios especializados	<p>1.1.1.1. Acceso a servicios avanzados de I+D+i tales como gestión de compras y stocks, tesorería y análisis de costes y rentabilidades, mejora de la calidad y marketing; diseño de planes estratégicos y estudios de mercado para la apertura del segundo local comercial, la diversificación en nuevos segmentos de mercado o la incorporación de innovación comercial asociadas al espacio físico, a los productos objeto de la relación comercial o a la facilitación del proceso de compra.</p> <p>1.1.1.2. Accesibilidad de las pymes comerciales a herramientas de colaboración Web 2.0 que faciliten la conexión entre comercios, promoviendo el intercambio de experiencias sobre cuestiones que afectan a la provisión de servicios del sector, como escapatarismo, consultoría, mobiliario, tendencias de compras, etc.</p> <p>1.1.2.1. Posibilitar los medios necesarios para que las pymes comerciales puedan acceder a servicios digitales especializados, mediante la adquisición y desarrollo de portales web, software específico o conexión a Internet. Entre los servicios digitales a los que estos medios deben facilitar el acceso se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Escaparates Virtuales, en los que cada comercio disponga de una tienda virtual que pueda autogestionar, incorporando la referencia de los productos que desee y su descripción.</li> <li>o Canales Multitienda, en los que se ofrezca una oferta integrada de productos que permita configurar una cesta de la compra compuesta por productos de diferentes escaparates virtuales y se facilite a los comerciantes información desagregada del perfil de sus clientes habituales, así como de sus pautas de compras.</li> </ul> <p>1.1.2.2. Implantación del comercio electrónico en pymes comerciales, facilitando la adquisición y desarrollo de portales web, software específico y conexión a Internet</p> <p>1.1.2.3. Desarrollo de nuevos instrumentos de venta, como escaparates interactivos, maniquís virtuales, etc.</p> <p>1.1.2.4. Agilización de trámites administrativos y de gestión en materia de comercio, mediante su accesibilidad telemática para los comerciantes.</p> <p>1.1.3.1. Adecuación física, ampliación, reforma o cambio de ubicación de los locales y mobiliario afectos a la actividad comercial, así como para la apertura de un nuevo punto de venta. Se instrumenta en tres modalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Ampliación y reforma del establecimiento afecto a la actividad comercial, tanto el preexistente como el segundo o posteriores puntos de venta manteniéndose el preexistente.</li> <li>o Cambio de ubicación del establecimiento afecto a la actividad comercial, siempre que se cierre el establecimiento preexistente y se adquiera uno nuevo por el mismo titular en una calle comercial.</li> <li>o Adquisición de equipamiento y mobiliario comercial tanto del establecimiento preexistente como de un nuevo punto de venta en un centro comercial, manteniéndose el preexistente.</li> </ul> <p>1.1.3.2. Adecuación física del establecimiento destinada a la mejora de la accesibilidad y la supresión de barreras arquitectónicas.</p> <p>1.1.4.1. Apoyo a comerciantes que inician su actividad garantizando el relevo generacional.</p> <p>1.1.4.2. Apoyo a comerciantes que cesan en su actividad garantizando el relevo generacional.</p> <p>1.1.5.1. Desarrollo de proyectos singulares y novedosos de incorporación de innovación comercial tanto en la gestión como en la venta</p> <p>1.1.5.2. Reconocimientos a la excelencia en gestión empresarial.</p> <p>1.1.5.3. Facilitar la diversificación en nuevos segmentos de mercado, así como el cambio y ampliación a nuevas actividades comerciales.</p> <p>1.1.5.4. Facilitar la transformación en franquiciadora de empresas comerciales mediante el desarrollo de estudios de viabilidad, el registro de signos distintivos, la elaboración de la documentación contractual, manuales de imagen corporativa, planes de expansión comercial y redes internas de comunicación con los establecimientos franquiciados.</p> <p>1.1.5.5. Adecuación física del establecimiento comercial y asesoramiento externo sobre la viabilidad de su conversión, para empresas comerciales derivadas de su transformación en franquiciada.</p>
1.1.2. Mejorar el aprovechamiento de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías	<p>1.2.1.1. Programa de Fondos reembolsables (Préstamos) para aportar liquidez (circulante) a las pymes comerciales andaluzas.</p> <p>1.2.1.2. Programa de Fondos reembolsables (Préstamos) para facilitar inversiones en nuevos proyectos a las pymes comerciales andaluzas.</p> <p>1.2.1.3. Programa de subsidiación de tipos de interés para proyectos de mejora de la eficiencia de las pymes comerciales andaluzas.</p> <p>1.2.2.1. Sensibilización sobre la cultura del aprovisionamiento a través de centrales de compras y servicios para las pymes comerciales.</p> <p>1.2.2.2. Adhesión de las pymes comerciales andaluzas a centrales de compras para el aprovisionamiento de los productos que venden y los servicios que demandan.</p>
1.1. Optimizar la organización y gestión en las pymes comerciales.	
1.1.4. Favorecer la continuidad y permanencia de la actividad comercial	
1.1.5. Propiciar una cultura empresarial dirigida a la continua adaptación a nuevos contextos sociales y económicos	
1.2. Facilitar el acceso a la financiación de las pymes comerciales andaluzas	
1.2.1. Promover la puesta a disposición de fondos financieros específicos para las pymes	
1.2.2. Mejorar la capacidad de negociación en el aprovisionamiento de productos y servicios	

PROGRAMA 2: IMPULSO DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES	
OBJETIVO GENERAL	
Insuficiente nivel de cooperación empresarial de las pymes comerciales andaluzas para acceder a ventajas derivadas de las economías de escala	2. Promover la cooperación empresarial de cara a mejorar la competitividad de las pymes comerciales
OBJETIVO ESPECÍFICO	MEDIDAS
DIAGNÓSTICO	
LÍNEAS DE ACTUACIÓN	
2.1.1. Promover actuaciones para la consolidación de entidades asociativas	<p>2.1.1.1. Desarrollo de proyectos de renovación y actualización tecnológica de las confederaciones, federaciones y asociaciones de comerciantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Diseño y puesta en funcionamiento de portal web.</li> <li>o Adquisición de cualquier tipo de equipamiento informático y tecnológico que contribuya a la mejora de la gestión.</li> <li>o Implantación de redes informáticas que permitan mejorar las prestaciones que brindan a sus socios.</li> </ul> <p>2.1.1.2. Desarrollo de proyectos de promoción y difusión comercial de las confederaciones, federaciones y asociaciones de comerciantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Proyectos de información, difusión y sensibilización (jornadas y encuentros técnicos) que aborden temas fundamentales de la distribución comercial y, en especial, que contribuyan a la promoción de la implantación de la norma de calidad UNE-175001-1, a la mejora de la sostenibilidad y eficiencia energética (materiales ecológicos y reciclables en envases, embalajes y bolsas y otros relacionados) o a la mejora de las oportunidades de los franquiciados.</li> <li>o Campañas de publicidad y/o promoción destinadas a incentivar el consumo.</li> </ul> <p>2.1.2.1. Desarrollo e implementación de una Plataforma Digital de Servicios Integrales al Comercio que permita, mediante la adhesión de las pymes comerciales andaluzas, optimizar su eficiencia tanto en la gestión como en la venta. Esta Plataforma proporcionará una solución global a múltiples problemas de la gestión diaria de los pequeños y medianos comercios andaluzes (análisis de costes, gestión de stocks y compras, acceso a TICs, asesoramiento jurídico, gestión financiera y de tesorería, planes de comercialización y marketing, etc.), constituyéndose en un canal hacia los servicios que se ofrecerán a los comerciantes así como a los proveedores, y al cual tendrán acceso también los potenciales consumidores. Entre los servicios que se ofrecerán se encuentran los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Central de compras de productos y servicios: Su objetivo es constituir un punto de encuentro entre oferta y demanda que ofrezca servicios de aprovisionamiento a las pymes comerciales andaluzas; facilitando la negociación y contratación entre proveedores/fabricantes y comercios.</li> <li>o Sistema de E-Fidelización: Su objetivo es conseguir que los potenciales clientes realicen cuantas más de sus compras habituales o esporádicas a través de los comercios e incentivar que se realicen compras repetitivas a través de promociones en base a productos</li> <li>o Canal Multitienda: Su objetivo es ofrecer una oferta integrada de productos que permita configurar una cesta de la compra compuesta por productos de diferentes escaparates virtuales y facilite a los comerciantes adheridos información desagregada del perfil de sus clientes habituales y sus pautas de compras.</li> <li>o Biblioteca del comerciante: Su objetivo es ofrecer información de actualidad sobre calidad, nuevos sistemas de gestión y venta o eficiencia energética, entre otros.</li> </ul> <p>2.1.2.2. Difusión de las confederaciones, federaciones y asociaciones de comerciantes, mediante la recopilación, sistematización y difusión web de información sobre sus servicios, ubicación y forma de contacto.</p> <p>2.1.2.3. Diseño e implantación de sistemas de fidelización de clientes.</p> <p>2.1.2.4. Servicios de asistencia técnica especializada a comerciantes, tales como la conformación de equipos especializados de asesoramiento, fijos o itinerantes, en materia de legislación comercial y consumo, desarrollo de sistemas de franquicia, atención al cliente, prevención de riesgos laborales, consumo, primeros auxilios, nuevas tecnologías, gestión medioambiental, entre otras materias.</p> <p>2.1.2.5. Desarrollo de campañas promocionales destinadas a incentivar el consumo y campañas promocionales del comercio andaluz para potenciar las actividades de ocio-turismo en las distintas áreas comerciales urbanas de Andalucía.</p> <p>2.1.2.6. Promoción de ventas, periódica u ocasional, publicidad, animación comercial y escaparatismo.</p> <p>2.1.2.7. Iniciativas y proyectos de cooperación empresarial.</p> <p>2.1.2.8. Profesionalización de la gerencia de proyectos integrales.</p> <p>2.1.2.9. Promoción de proyectos de asociaciones tendentes a la potenciación del sector de la franquicia.</p>
2.1.2. Apoyar actuaciones a desarrollar con carácter integral por las entidades asociativas	

PROGRAMA 3: IMPULSO DEL COMERCIO URBANO		OBJETIVO GENERAL
DIAGNÓSTICO	OBJETIVO GENERAL	
Escaso aprovechamiento del valor estratégico del comercio urbano	3. Poner en valor la centralidad urbana, optimizando las economías de escala provenientes de la alta concentración de establecimientos y, a su vez, equilibrando territorialmente las grandes superficies minoristas.	
OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS
3.1. Impulsar los CCA	3.1.1. Consolidar un modelo para la configuración de los Centros Comerciales Abiertos	<p>3.1.1.1. Potenciación del Reconocimiento oficial como Centro Comercial Abierto de Andalucía.</p> <p>3.1.1.2. Favorecer la adecuación a los parámetros que permiten evaluar la competitividad de los Centros Comerciales Abiertos, como vía para promover su mejora continua.</p> <p>3.1.1.3. Realización de evaluaciones sobre la competitividad de los Centros Comerciales Abiertos ubicados en Andalucía.</p> <p>3.1.1.4. Concesión de reconocimientos a la excelencia asociativa en el ámbito de la promoción y gestión de los Centros Comerciales Abiertos.</p> <p>3.1.2.1. Promover acuerdos entre las entidades representativas de los Centros Comerciales Abiertos y las Entidades Locales para la potenciación de este formato comercial.</p> <p>3.1.2.2. Creación y funcionamiento de oficinas comerciales permanentes de asesoramiento en Centros Comerciales Abiertos reconocidos oficialmente por la Consejería de Turismo Comercio y Deporte.</p> <p>3.1.2.3. Desarrollo de proyectos de confederaciones, federaciones y asociaciones de comerciantes para que, en el ámbito de los Centros Comerciales Abiertos, ejecuten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Actuaciones de promoción comercial :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promoción de ventas, periódica u ocasional, publicidad, animación comercial y escaparatismo.</li> <li>▪ Optimización de la imagen y la identificación de los Centros Comerciales Abiertos mediante la elaboración y aplicación de un manual de imagen, la incorporación de elementos de diseño o la identificación homogénea de los establecimientos adheridos.</li> </ul> </li> <li>b) Actuaciones de mejora de la gestión:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Incorporación y mejora de equipos y programas informáticos de uso colectivo gestionados por las asociaciones de comerciantes y destinados a difundir la imagen de los Centros Comerciales Abiertos y a mejorar su gestión.</li> <li>▪ Optimización y profesionalización de la gerencia de nuevos proyectos de dinamización comercial consistentes en la transformación en Centro Comercial Abierto de un área o un eje comercial de actuación tradicional ubicado en un área urbana consolidada.</li> </ul> </li> <li>c) Actuaciones de adecuación y mejora climática:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Implantación de sistemas de entoldado.</li> <li>▪ Implantación de sistemas de microclima.</li> </ul> </li> </ul>
	3.1.2. Estimular los proyectos dirigidos por entidades asociativas para la creación y consolidación de Centros Comerciales Abiertos	<p>3.1.2.4. Desarrollo de actuaciones de urbanismo comercial tendientes a renovar y adecuar en los Centros Comerciales Abiertos los elementos de señalización comercial e identificación tales como señalización peatonal o de vehículos, engalanamiento comercial o placas identificativas.</p> <p>3.1.2.5. Desarrollo de proyectos en red entre Centros Comerciales Abiertos.</p>
3.2. Optimizar las áreas urbanas de marcado carácter comercial	3.2.1. Mejorar el urbanismo comercial en las aglomeraciones comerciales	<p>3.2.1.1. Desarrollo de actuaciones de urbanismo comercial tendientes a renovar y adecuar los elementos de señalización comercial e identificación tales como señalización peatonal o de vehículos, engalanamiento comercial o placas identificativas.</p> <p>3.2.1.2. Desarrollo de actuaciones de urbanismo comercial tendientes a la normalización de bajos comerciales, mejoras en la trama urbana o dotación de mobiliario homogéneo.</p> <p>3.2.1.3. Desarrollo de actuaciones de pavimentación, equipamiento de mobiliario urbano y sistemas de microclima, orientado a ofrecer una imagen unitaria de la actividad comercial en casos históricos y determinadas áreas y ejes comerciales.</p> <p>3.2.1.4. Desarrollo de actuaciones de asistencia técnica especializada a comerciantes y Ayuntamientos mediante la conformación de equipos especializados de asesoramiento, fijos o itinerantes, en materia de urbanismo.</p> <p>3.2.1.5. Desarrollo de actuaciones de dotación de servicios complementarios, tales como guarderías, ludotecas, videovigilancia o consigna, u otros servicios complementarios.</p>

PROGRAMA 3: IMPULSO DEL COMERCIO URBANO		
DIAGNÓSTICO		OBJETIVO GENERAL
Escaso aprovechamiento del valor estratégico del comercio urbano		<b>3. Poner en valor la centralidad urbana, optimizando las economías de escala provenientes de la alta concentración de establecimientos y, a su vez, equilibrando territorialmente las grandes superficies minoristas.</b>
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>LÍNEAS DE ACTUACIÓN</b>	<b>MEDIDAS</b>
3.3. Optimizar la organización y gestión en los mercados de abastos.	3.3.1. Promover proyectos singularizados que cambien el concepto, funcionalidad y utilidad de los mercados de abastos.	3.3.1.1. Análisis de situación y oportunidades de los mercados de abastos en Andalucía. 3.3.1.2. Proyectos singulares, pioneros e innovadores en mercados de abastos que posean las características estructurales adecuadas y desarrollen su orientación al mercado mediante nuevos sistemas, profesionalizados y telemáticos, de gestión y venta, potenciando la gestión externa empresarial mediante concesión administrativa y la autogestión por los comerciantes, el desarrollo del mix comercial y otros servicios complementarios, así como la adecuación de horarios, señalética o equipamiento.
3.4. Promover el crecimiento equilibrado de las grandes superficies minoristas	3.4.1. Contribuir al emplazamiento eficiente de las grandes superficies minoristas 3.4.2. Actualización y agilización de los procesos de gestión y tramitación administrativa de las actuaciones en materia de comercio interior en el marco de los servicios del mercado único	3.4.1.1. Establecimiento de criterios para el emplazamiento urbanístico de las Grandes Superficies Minoristas y definición de ámbitos aptos para su implantación. 3.4.1.2. Identificación de espacios comerciales susceptibles de rehabilitación mediante actuaciones integrales de reforma. 3.4.2.1. Diseño y puesta en marcha de una aplicación telemática de gestión y tramitación que sintetice y agilice la comunicación y asistencia técnica entre la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y los municipios andaluces para la mejora de la gestión y la tramitación de actuaciones en materia de comercio. 3.4.2.2. Difusión de la información comercial mediante el diseño de un boletín electrónico periódico.
3.5. Provocar sinergias comerciales en otros sectores	3.5.1. Fomentar la cooperación con agentes socio-económicos en los sectores de artesanía, hostelería y restauración	3.5.1.1. Apoyo a proyectos de creación y consolidación de asociaciones que promuevan la utilización de los Centros Comerciales Abiertos y sus áreas de influencia para mejorar el atractivo turístico de las ciudades con la comercialización de productos autóctonos. 3.5.1.2. Reactivación y fomento de la afluencia de público andaluz y el proveniente del turismo en las áreas comerciales urbanas de Andalucía: a) Potenciación de actividades afines al comercio, en cooperación con agentes socioeconómicos de otros sectores tales como operadores turísticos para la creación de rutas turístico-comerciales que favorezcan el turismo compras b) Promoción de actividades vinculadas al turismo congresual y de incentivos, así como a otras actividades afines al comercio, como la artesanía o la restauración. 3.5.1.3. Recopilación, actualización y sistematización de la información relativa a la Red de espacios congresuales de Andalucía en una base de datos de infraestructuras congresuales, con la finalidad de centralizar toda la información de los distintos espacios disponibles en Andalucía para la realización de eventos de este tipo (Palacios de Congresos, Recintos Feriales, Hoteles con salas de reunión y otras salas similares). 3.5.1.4. Difusión online de información sobre las oportunidades congresuales que ofrecen las ciudades andaluzas.

PROGRAMA 4: PROMOCIÓN DE LA CALIDAD Y EL DISEÑO COMO FACTORES DE DIFERENCIACIÓN		OBJETIVO GENERAL
DIAGNÓSTICO	OBJETIVO GENERAL	
OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS
Beja concienciación sobre la calidad y el diseño como determinantes del acto de compra e insuficiente información sobre normas y estándares de calidad de los servicios.		
		<p><b>4. Facilitar la implantación de servicios que añadan valor al acto de la venta y optimicen su calidad.</b></p> <p>4.1.1.1. Realización de estudios periódicos sobre la implantación de la calidad y la certificación en el sector comercial andaluz.</p> <p>4.1.1.2. Establecimiento de canales de comunicación con las entidades certificadoras y colaboradoras para optimizar el conocimiento de la incidencia de la política de promoción de la calidad en las pymes comerciales andaluzas.</p> <p>4.1.1.3. Campaña de sensibilización sobre las ventajas de adoptar una cultura de calidad y sobre los requisitos de la norma UNE 175001-1 de calidad de servicios para el pequeño comercio.</p> <p>4.1.1.4. Promoción de los establecimientos comerciales andaluces que cuenten con la certificación de calidad UNE 175001-1.</p> <p>4.1.1.5. Implantación de la norma de calidad UNE 175001-1, en relación a la realización de auditorías y consultorías necesarias para la obtención y emisión del certificado de calidad.</p> <p>4.1.1.6. Renovación del certificado de calidad asociado a la norma UNE 175001-1.</p>
4.1. Impulsar la adopción de sistemas de mejora continua en los servicios.	<p>4.1.1. Promover sistemas de calidad para la mejora de la atención al cliente</p> <p>4.1.2. Promover sistemas y equipamiento dirigidos a elevar la seguridad en lo establecimientos</p>	<p>4.1.2.1. Difusión de información sobre mecanismos para promover la seguridad en los establecimientos comerciales andaluces.</p> <p>4.1.2.2. Garantizar la seguridad en la pequeña y mediana empresa comercial a través de la adquisición, instalación y renovación de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Sistemas TIC para la seguridad y protección de los establecimientos comerciales, tales como barreras anti-hurto y anti-intrusión, videovigilancia y televigilancia, caja fuerte, cajas registradoras con grabación de imágenes y tickets, control de accesos, puertas de seguridad o bolardos antialumizaje.</li> <li>o Sistemas electrónicos de seguridad en los productos y de control de falsificación.</li> </ul>
	4.1.3. Propiciar la adopción de prácticas sostenibles en las pymes comerciales	<p>4.1.3.1. Adecuación física del establecimiento destinada a la adquisición e instalación de sistemas de ahorro energético.</p> <p>4.1.3.2. Adquisición e instalación de sistemas que posibiliten el reciclado y la eliminación de residuos, tales como maquinaria de prensado y compactación, así como la implantación de bolsas, envases y embalajes biodegradables y ecológicos.</p> <p>4.1.3.3. Promoción de estrategias de marketing asociadas al comercio verde y comercio sostenible entre pymes comerciales, confederaciones, federaciones y asociaciones de comerciantes mediante la difusión de información.</p> <p>4.1.3.4. Promoción de estrategias de sostenibilidad comercial mediante difusión de información relativa a recolección selectiva de residuos, disminución de contaminación sonora, promoción del ahorro energético, etc.</p>
4.2. Incorporar técnicas dirigidas a mejorar el atractivo del establecimiento y la presentación de los productos	4.2.1. Promoción del diseño asociado a la imagen, externa e interna, del establecimiento comercial como un factor clave de la calidad percibida del servicio	<p>4.2.1.1. Incorporación e implantación del diseño en los elementos de identidad corporativa gráfica del establecimiento comercial para la mejora de su imagen (diseño y aplicación a rótulos, logotipos, símbolos y colores), así como su aplicación a otros elementos publicitarios y de packaging (envases, embalajes y bolsas).</p> <p>4.2.1.2. Incorporación e implantación del diseño para la mejora de la imagen externa e interna de los establecimientos comerciales.</p>
4.3. Promover actuaciones que contribuyan a mejorar la formación e información del sector comercial y su actualización	<p>4.3.1. Adecuar la cualificación de los recursos humanos de las pymes comerciales a los requerimientos de formación del sector</p> <p>4.3.2. Optimizar la gestión y la difusión del conocimiento del sector comercial andaluz</p>	<p>4.3.1.1. Convocatoria de becas de comercio interior para la realización de prácticas laborales en organizaciones empresariales, sindicales o en la propia Administración Pública.</p> <p>4.3.1.2. Desarrollar la formación de las pymes comerciales y de los principales agentes del sector comercial sobre la normativa de comercio andaluz.</p> <p>4.3.2.1. Promoción de la coordinación entre organismos públicos y privados andaluces implicados en la generación, gestión y difusión de la información comercial.</p> <p>4.3.2.2. Promoción del intercambio de buenas prácticas.</p> <p>4.3.2.3. Elaboración periódica de la actualización del diagnóstico del sector comercial andaluz.</p>